

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А. М. ГОРЬКОГО

ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ СМИ: ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Монография

Под общей редакцией Э. В. Чепкиной

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2009

УДК 659
ББК С550.57
Д482

Издание подготовлено в рамках инновационной образовательной программы Уральского государственного университета «Опережающая подготовка по прорывным направлениям развития науки, техники и гражданского общества на основе формирования инновационно-образовательного пространства классического университета в партнерстве с академической наукой, бизнесом, органами власти с использованием мирового опыта в области качества образования и образовательных технологий»

*Рекомендовано к изданию экспертно-конкурсной комиссией
Инновационного образовательно-научного центра «Информационная безопасность»
Протокол заседания № 7 от 8 апреля 2008 г.*

А в т о р ы: Э. В. Чепкина (предисловие, подразд. 1.2); Ю. В. Казаков (подразд. 1.1); Л. М. Майданова (подразд. 1.2); О. С. Колесникова (подразд. 1.3); Е. В. Горина (подразд. 2.1); О. Ф. Автохутдинова (подразд. 2.2); Е. В. Каблуков (подразд. 3.1); О. В. Ильина (подразд. 3.2); С. О. Калганова (подразд. 3.3); Э. В. Булатова (подразд. 4.1); А. С. Нелюбина, А. В. Трухина (подразд. 4.2)

Рецензенты: кафедра русского языка и общего языкознания Уральского государственного педагогического университета (заведующий кафедрой доктор филологических наук Т. А. Гридина); С. Д. Балаева, кандидат филологических наук, декан факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета (Екатеринбург)

Дискурсивные практики СМИ: проблемы информационной безопасности [Текст] : монография / [Э. В. Чепкина, Ю. В. Казаков, Л. М. Майданова и др.] ; под общ. ред. Э. В. Чепкиной. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2009. — 308 с.

ISBN 978-5-7996-0416-5

В монографии исследуется лингвистический аспект информационной безопасности различных практик журналистского дискурса и практик СМИ в целом. Анализ дискурсивных практик позволяет выявить актуальные проблемы неполного, недостоверного и манипулятивного информирования аудитории.

Для специалистов — журналистов и филологов, а также преподавателей и студентов гуманитарных факультетов.

УДК 659
ББК С550.57

ISBN 978-5-7996-0416-5

© Уральский государственный университет, 2009

ПРЕДИСЛОВИЕ РЕДАКТОРА

Необходимость исследования проблем информационной безопасности в сфере массовой коммуникации, в том числе журналистике, вызвана несколькими причинами. Принципы циркулирования информации в условиях открытого общества с его многоголосьем и плюрализмом мнений сталкиваются с давлением моноакцентных идеологических конструкций, активно внедряемых в дискурс СМИ в духе «генеральной линии» советских времен. Тесное взаимодействие практик современной журналистики с практиками рекламы и связей с общественностью вызывает дезориентацию массовой аудитории относительно степени достоверности сообщений и ставит под сомнение сохранение основных принципов социально ответственной журналистики. Становится все более очевидной необходимость медиаобразования, в том числе как обучения методам противостояния манипулятивным коммуникационным технологиям.

Информационная безопасность в широком смысле определяется как «состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства в информационной сфере от внутренних и внешних угроз»¹. Соответственно большая часть проблем информационной безопасности имеет экономический, политический, правовой характер, т. е. лежит вне закономерностей построения дискурса СМИ. Применительно к массовой коммуникации, в том числе к журналистике, рассмотрение вопросов безопасности не менее актуально. Вызывает беспокойство неполное, недостоверное и, как уже отмечено, манипулятивное информирование аудитории. Проблемы в сфере социального ориентирования граждан вызваны

¹ Лопатин В. Н. Концепция развития законодательства в сфере обеспечения информационной безопасности РФ (проект). М., 1998.

фрагментарной подачей информации, без установления закономерных, сущностных связей между понятиями и явлениями, что мешает созданию в сознании аудитории целостной картины мира. Излишне драматизированные сообщения СМИ, воспроизведение негативных социальных стереотипов могут провоцировать аффективные реакции, увеличение психологической напряженности в обществе.

Внимание к дискурсивным практикам журналистов дает возможность оценить взаимную связь между обликом журналистских текстов и механизмами их порождения, между условиями и механизмами работы журналиста и тем, в каком виде информация доходит до адресата. Здесь видится путь более тесной связи изучения журналистского текста, в том числе лингвистического, и нужд практической журналистики.

Данная монография ставит в центр исследования лингвистический аспект информационной безопасности различных практик журналистского дискурса и — шире — массовой коммуникации. В поле нашего внимания как негативные аспекты, так и положительный опыт влияния СМИ в этой сфере.

Целевая установка авторов исследования обусловила использование единой методологии и общих принципов отбора материала, выбор конкретных задач.

Методология анализа базируется на понятиях дискурса и дискурсивной практики. Дискурс рассматривается как социально упорядоченный механизм порождения речи, организации коммуникации. Главное здесь — социальная заданность, поскольку существуют правила общения (создания и передачи смыслов), которые субъект не изобретает. Эти правила объединяются в рамках дискурсивных практик и отличаются стабильностью потому, что каждый владеющий практикой воспроизводит ее многократно, а также потому, что практики доступны внешнему наблюдателю, так как оседают, фиксируются в текстах. Дискурсивные практики, будучи формой сохранения коммуникативного опыта, представляют собой лишь часть многообразных социальных практик. Применительно к различным дискурсам речь идет о практиках порождения смыслов. Такие практики фиксируют не только правила

создания завершенного, отдельного текста, но и вообще способы передачи смыслов, актуальных для журналистики, вне зависимости от того, в одном тексте или в серии текстов эти смыслы воплощаются. Анализ дискурсивных практик позволяет выявить интертекстуальные, не замкнутые в границах отдельных сообщений закономерности развертывания смыслов.

Наш анализ сосредоточен на практиках субъекта речи — адресанта, которые выявляются через анализ журналистских текстов. Каждая дискурсивная практика в журналистике нацелена на передачу некоторого смысла. Смысл передается и считывается с помощью системы знаков, за которыми данный смысл закреплён. Любая система значащих единиц имеет правила комбинации и трансформации этих единиц. Знание системы обеспечивает передачу определенных сообщений и моделирует наше восприятие². Следы дискурсивных практик в журналистских текстах также являются системами порождения и передачи смыслов³.

Чтобы понять механизм передачи смыслов, связанных с той или иной дискурсивной практикой, обратимся к понятию *знака* в широком смысле, как его трактует семиология. Термином «знак» мы обозначаем совокупность трех составляющих: 1) означающее, 2) означаемое и 3) значение как отношение связи между означающим и означаемым. Принципиально важно, что связь означающего и означаемого в основе своей произвольна, но, в силу закреплённости для каждого участника коммуникации, она, как правило, выглядит обязательной.

В знаках естественного языка означающее преимущественно обретает значение только в связи с означаемым и вне этой связи оказывается бессмысленным набором звуков или букв. Однако во многих других семиотических системах знаки в широком смысле принципиально отличаются от языковых знаков тем, что у них означающее всегда само по себе уже является полноценным знаком. Можно говорить о буквальном («прямом») значении такого

² См.: Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров : человек — текст — семиосфера — история. М., 1999.

³ См.: Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000.

знака и о косвенном значении⁴. Например, золотые часы известной торговой марки могут указывать на уровень доходов их владельца и быть знаком его социального статуса (косвенное значение), в то же время часы — это механизм, показывающий время (прямое, буквальное значение). Имя и фамилия человека в современном обществе указывают на конкретную биографическую личность, никак ее дополнительно не характеризую. Точное указание на имя и фамилию героя журналистского текста придают этому тексту качество достоверности, а это важный именно для журналистики дополнительный смысл сообщения.

То обстоятельство, что косвенное значение сопутствует прямому, не отменяя это прямое значение, дает возможность такому знаку быть незаметным, воздействовать на адресата скрыто, на бессознательном уровне.

Чтобы понять смысл того или иного означающего, надо включить его в некоторый смысловой ряд, определяющий наборы его синонимов, антонимов, омонимов, т. е. установить отношения сходства и различия с другими элементами⁵. Функционирование знаков дискурсивной практики допускает и нулевое означающее — значимое отсутствие элемента. Так, отсутствие указания на точное время и место происшествия (*...Рассказывают, что прошлой зимой возле Перми несколько раз появлялись НЛО*) заставляет сомневаться в достоверности такого сообщения в прессе.

Организация следов дискурсивной практики в текстах включает в себя и правила сочетаемости знаков. Так, правила представления событий в журналистике предполагают, что изложены они будут либо в хронологическом порядке, либо так, что реальную хронологию адресат легко восстановит сам. А практики организации идеологических смыслов в журналистике таковы, что отдельные смыслы обычно рассеяны, не являются упорядоченными, образуя смысловое единство только на уровне группы текстов или даже издания в целом. Иногда использование одного-двух знако-

⁴ См.: Женетт Ж. Изнанка знаков // Женетт Ж. Фигуры : в 2 т. Т. 1. М., 1998. С. 195.

⁵ См.: Лотман Ю. М. Смерть как проблема сюжета // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М., 1994. С. 417—430.

вых слов в тексте журналиста позволяет адресату безошибочно угадать, на какую идеологию опираются автор или средство массовой информации в целом — при условии, что адресат хорошо знаком с данной идеологической системой.

Считается, что коннотативные (вторичные, дополнительные) смыслопорождающие системы обычно укоренены в длительной истории социального поведения, воспринимаются в общем потоке культурного опыта и не нуждаются в предварительных соглашениях. Этими практиками овладевают непосредственно в процессе коммуникации, наподобие того как в детстве учатся говорить на родном языке. Можно даже транслировать их без понимания значительной части скрытых значений, как это происходит при воспроизводстве социальных мифов, стереотипов, ритуалов поведения⁶.

Таким образом, смыслы дискурсивных практик журналистики большинством адресатов осваиваются практически — в ходе просмотра телепрограмм, чтения газет и т. п., без специального обучения. Однако сегодня все настойчивее звучат призывы к введению в школьные программы медиаобразования. Специалисты рекомендуют в рамках получения среднего образования преподавать правила чтения газет и просмотра новостей, чтобы адресат мог противостоять попыткам манипулирования его поведением со стороны СМИ. Компетентность человека в области практик создания и функционирования медиатекстов рассматривается как важный фактор информационной безопасности⁷.

Ключевыми для построения текстов дискурса журналистики являются практики достоверности информации, а соответственно возникают проблемы указания источника информации, непредвзятого отбора фактов. С достоверностью связаны и способы подачи информации о персонажах и различных социальных явлениях. Так, в частности, проблема информационной безопасности существует при реализации некоторых собственно речевых прак-

⁶ См. об этом: Эко У. Отсутствующая структура : введение в семиологию. СПб., 1998; Fokkema D. Literary History, Modernism and Postmodernism. Amsterdam; Philadelphia, 1984.

⁷ См.: Говард М. Мы знаем, что вам нужно: как они влияют на ваше сознание : пер. с англ. Екатеринбург, 2007; Информационная и психологическая безопасность в СМИ : в 2 т. Т. 1. М., 2002.

тик: например, расстановка акцентов при выборе номинации, обозначающей конкретного персонажа или какую-либо социальную группу (мигранты: *чужаки* или *рабочие-иммигранты*; образ бизнесмена: *предприниматели* или *богатеи*), или форсированная драматизация новостных сообщений с целью привлечения внимания аудитории⁸.

Одна из проблем современной журналистики заключается в том, что консенсус на основе обладания общей истиной больше невозможен, ибо «...притязание на окончательную истину, свободную от мифов и идеологических шор, само является мифом и идеологическим представлением»⁹. Следовательно, требуют критического отношения (прежде всего это касается отправителей сообщений) воспроизведение социальных стереотипов и излишняя категоричность как в позитивных оценках социальных явлений, так и в указании на возможные опасности для общества.

Впрочем, напомним еще раз, что не стоит преувеличивать манипулятивные возможности СМИ. Исследования социологов показали, что аудитория может сопротивляться и сопротивляется манипулятивным технологиям в средствах массовой информации вплоть до отказа от информации, поставляемой теми или иными СМИ¹⁰.

Материалом для исследования в нашей книге послужили публикации различных СМИ, сообщения интернет-порталов, а также телевизионные программы и рекламные сообщения.

Задачи данного коллективного труда ориентированы в соответствии с заявленной целевой установкой: рассмотрение теоретических оснований исследования безопасности применительно к СМИ, в том числе в лингвоправовом аспекте; углубленное исследование таких базовых практик журналистики, как обеспечение достоверности сообщений, конструирование персонажей и трансляция социальных стереотипов и предубеждений; изучение с точки зрения

⁸ См.: Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2000.

⁹ Ваттимо Д. После христианства. СПб., 2007. С. 193.

¹⁰ См., например: Hall S. Encoding / Decoding // Media and Cultural Studies. KeyWorks. London: Blackwell Publishers, 2001; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния : как формируется «повестка дня»? Екатеринбург, 2001.

информационной безопасности некоторых дискурсивных практик, которые используют как журналисты, так и профессионалы сфер массовой коммуникации, смежных с журналистикой.

Названные задачи определили композицию монографии, которая включает четыре раздела.

В разделе 1 «Теоретические проблемы информационной безопасности дискурса СМИ» рассмотрены методологически ключевые вопросы информационной безопасности в дискурсивном пространстве СМИ. Показана необходимость осмысления взаимной соотносительности понятий «информационная безопасность» и «информационная открытость», неоднозначность конкретных механизмов их реализации в журналистском дискурсе, закономерности которого сами по себе требуют изучения. Исследуются практики достоверности, важнейшие для формирования доверия аудитории к текстам СМИ. Показано, что сам характер достоверности в разных форматах прессы (от корпоративных и общественно-политических изданий до развлекательных квалоидов и таблоидов) существенно различается, соответственно и степень информационной безопасности сообщений оказывается неодинаковой. Рассматривается лингвоправовой аспект проблемы информационной безопасности на примере конкретных дел Европейского суда по правам человека. Практика применения статьи 10 о свободе самовыражения и информации Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод проанализирована с точки зрения принципов и механизмов обеспечения безопасности деятельности журналистов, необходимости их защиты от разного рода давления.

В разделе 2 «Дискурсивные практики конструирования персонажей» рассматриваются актуальные проблемы, связанные с тем, как представлены в СМИ отдельные биографические личности, например конкретные представители власти, а также социальные группы. Дан анализ образа регионального политика в динамическом аспекте и показано влияние политической конъюнктуры на характеристики конкретного лица в информационных сообщениях. Показаны конкретные практики конструирования образа «другого» в ситуации, когда СМИ обсуждают некое новое явление и обнажается сам процесс поиска характеристик для персонажей, еще не вписанных в жесткую социальную стратификацию.

Раздел 3 «Воспроизводство социальных стереотипов в текстах СМИ» включает исследования разнообразных практик осмысления журналистами социальной реальности, выстраивания идеологической (в широком смысле) составляющей сообщений СМИ: «что следует думать» аудитории по тому или иному вопросу. Анализируются практики освещения в средствах массовой информации деятельности Государственной думы Российской Федерации, показано, что в этой сфере накоплен позитивный опыт, однако налицо и ряд факторов, препятствующих объективности представляемого журналистами образа законодательной власти. Рассматриваются также практики стереотипизации в изображении отдельных социальных групп; показано, например, что социальные стереотипы «богатый» и «бедный», будучи глубоко укорененными в национальной лингвокультурной традиции, имеют вариативные воплощения в разных группах прессы и в разные временные периоды, демонстрируют несомненный манипулятивный потенциал. Обращается внимание на практики конструирования в СМИ негативного стереотипа «неполная семья», систематическое воспроизводство которого искажает картину сложных гендерных процессов в современном обществе и, кроме того, подпитывает травматический опыт в самоидентификации детей из семей с одним родителем.

Тематика раздел 4 «Дискурс массовой коммуникации: безопасность рекламы и телевизионных программ» несколько расширяет рамки исследования за счет обращения к смежным с журналистикой дискурсам. Анализируется манипулятивный потенциал языковых приемов косвенной, не прямой рекламы, а также мало исследованные применительно к России практики *product placement* — однократного упоминания торговых марок в журналистских текстах, что не воспринимается аудиторией как форма рекламы. Исследуется сложная и недостаточно изученная проблема влияния телевизионных программ на формирование целостной картины мира в сознании аудитории, рассматриваются конкретные практики эксплицитного установления логических связей между предметами и явлениями, а также неудачный опыт противоречивого, плохо структурированного общения с массовой аудиторией.

Э. В. Чепкина

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ТЕКСТОВ СМИ

1.1. Информационная безопасность vs информационная открытость

Пожелание «поспешать медленно» — это не самое лучшее из напутствий мотоциклисту, ведущему гонку по вертикальной стене, но вполне нормальное для канатоходца, альпиниста или же историка, распутывающего узелки событий прошлого. Сложнее с журналистом-расследователем, который одновременно — и канатоходец, и гонщик, или с телевизионным репортером, от кадра и слова которого мир в глазах человека по другую сторону рамки телеэкрана может покачнуться, привести к непредсказуемым и для самого человека, и для этого мира последствиям.

Предлагая доверить выбор скорости исследовательского движения по конструкту информационной безопасности, каким он обнаруживается в зоне внимания и влияния (а значит, и ответственности) средств массовой информации, мы призываем исследователя не поддаваться искушению «проскочить» без серьезного анализа такую серьезную «серую зону» обсуждаемого проблемного поля, как сам дискурс, в нашем случае — тематический дискурс СМИ.

Предполагая, что читатель этой книги так же дорожит бумажным носителем информации, как и авторы, что читатель так же, как и авторы, какие-то СМИ выписывает, а за какими-то регулярно выходит к «своему» газетному киоску, рискнем спросить, предупреджая, что вопрос этот задается прежде всего для самого читателя: как часто в СМИ, которые он берет в руки, обсуждается тема

информационной безопасности вообще и информационной безопасности применительно к СМИ в частности?

Приглядываясь к ситуации на протяжении полугода, текстов такого рода в доступных нам бумажных (подчеркнем еще раз) СМИ мы насчитали всего три.

Не слишком ли мало для страны, ситуации и темы?

Два десятка лет назад термина «информационная безопасность» относительно СМИ, возможно, еще просто не существовало в природе, но связь безопасности с информацией была у всех в СССР, в Европе и мире, что называется, на слуху и на виду, особенно после Чернобыля, в котором «рвануло», и Москвы, которая поначалу попыталась замолчать тот факт, что в Чернобыле «рвануло».

26 апреля 1986 г. автор (в то время журналист, руководитель молодежной редакции АПН) был в Киеве, на съезде украинского комсомола. Историю о «выбросе» на Чернобыльской АЭС (которую до этого и в голове не держал) узнал на следующий день, от тогдашнего секретаря ЦК украинского комсомола. Но понять, что «выброс» — это серьезно, смог только по сбивчивому рассказу какого-то инструктора, которого не пустили в Припять военные («У меня письмо на контроле неотвеченное. Конец месяца, а они слушать ничего не стали, развернули — и все тут...»). Инструктор собирался пройти в Припять в обход поста.

Андрей Грачев, помощник Михаила Горбачева, привел слова генсека, сказанные после Чернобыля в закрытом кругу, на Политбюро: «Мы действуем под контролем своего народа и всего мира. Закрытость порождает во всей системе дух угодничества, подхалимажа, показухи, делает людей зависимыми от личных связей и кланов». Вывод Горбачева там же и тогда же: «Девизом отныне — надо думать на уровне Чернобыля»¹.

«Свой народ» о катастрофе и ее масштабах узнал от генсека на второй неделе. Но «думать на уровне Чернобыля» отныне означало также и перестать молчать и скрывать информацию.

¹ Грачев А. Зачем нужна была гласность. Судьбы гласности : материалы междунар. науч.-практ. конф. «Судьбы гласности, 1986—2001. Опыт ее защиты, 1991—2001». М., 2001. С. 17.

Тема безопасности на годы вошла в дискурс СМИ: это и статьи об угрозах и рисках, и экспертные оценки, и прогнозы, и т. д.

1.1.1. Дискурс

Поспешая медленно, обратим внимание на разнообразие современных, скажем так, корпусов дискурса. Не забираясь глубоко, приведем их самый первый списочный срез по названиям статей и диссертационных тем, обнаруживаемых при наборе ключевого слова в Яндексе: «научный дискурс», «философский дискурс», «дискурс истории», «национальный дискурс», «дискурс интеллектуальной элиты!», «дипломатический дискурс», «политический дискурс», «военный дискурс», «дискурс Апокалипсиса», «дискурс гламура»... Дискурс СМИ, находясь в принципе в том же ряду корпусов, оказывается в силу природы массовой коммуникации одновременно также ретранслятором других дискурсов.

Не продолжая перечисления, уточним: дискурс относится к числу понятий с неустановившимся (скажем мягче, с не до конца установившимся) содержанием. Понимая это, попытаемся все же выделить то главное, что позволяет нам рассматривать языковое по сфере формирования и бытования, социально-психологическое по природе явление, описываемое этим понятием, как системообразующее, при этом по-разному проявляющее себя в различных тематических связках.

Связки эти могут быть относительно гибкими, вариативными (возьмем тот же «научный дискурс» или «дискурс гламура»), но могут быть и жесткими, как это имеет место в случае с дискурсом фактически любой безопасности, включая и информационную: в силу сложения векторов властной (хотя и не явной, не выставляющей себя напоказ) природы дискурса и властной же (и также бегущей света) природы безопасности.

Предупреждая упреки в предвзятости предлагаемого ниже небольшого «декодера», а не просто «путеводителя» по дискурсу как крайне любопытному феномену коммуникативного взаимодействия (удивительно долго, как может показаться, дожидавшемуся обнаружения и выделения себя из многообразного речевого/текстового

потока), поясним, что авторы изначально подходили к проблеме дискурса сугубо рационально (функционально): выбирая в серьезных в большинстве своем текстах признаки, подтверждающие простой, но достаточно корректный, как им представлялось, «сравнительный» образ, дешифрующий суть, ролевую функцию, принцип формирования и действия того, что может быть названо дискурсом.

Этот образ — линза, определенным образом перестраивающая некий рассеянный, хаотичный поток частиц или лучей, собирающая его в «фокус»; кавычки — из-за необходимости непременно обращаться к обоим значениям последнего слова (по крайней мере, оба этих значения держать в голове), когда мы говорим о дискурсе.

Примеряя понятия «линза» и «фокус» к интересующему нас объекту, достраиваем сравнение: дискурс — своего рода социально-лингвистическая «линза», формирующаяся или формируемая, что бывает чаще, в тематическом речевом (текстовом) потоке² и выполняющая в нем роль своего рода «управляющей» части. «Линза» эта может образоваться в текстовом потоке самопроизвольно (в силу различных, не всегда определенных и взаимосвязанных причин и обстоятельств³), а может формироваться, конструироваться в нем:

² Согласно Т. Ван Дейку, разграничивающему дискурс и текст как таковой, дискурс — это текст, актуально произнесенный, а текст как таковой — это абстрактная грамматическая структура произнесенного. «Дискурс — это понятие, касающееся речи, актуального речевого действия, тогда как “текст” — это понятие, касающееся системы языка или формальных лингвистических знаний, лингвистической компетентности» (*Van Dijk T. Ideology: A Multidisciplinary Approach*. URL: <http://www/psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>). Уточним: говоря о продукции СМИ, мы подразумеваем под текстом отдельную публикацию как готовый, предложенный потребителю или пользователю продукт (автор может быть и не журналистом), а под текстами — конкретный поток публикаций.

³ На такое развитие событий, на наш взгляд, может работать также спонтанно возникающий эффект гипертекста, способный проявлять себя в социальных группах, активно обменивающихся информацией как в интернет-режиме, так и в режиме «сарафанного радио», например среди пожилых людей, в кругу которых несистематизированная информация из различных источников «систематизируется» в процессе наложения на определенную групповую интенцию ожидания худшего: «Мы никому не нужны»; «Нас все равно обманут».

определенной целью, определенными усилиями, с помощью определенного инструментария — средств, способов, технологий. Как бы то ни было, эта «линза» определенным образом фокусирует и тем самым перестраивает, как минимум, существенную часть тематического потока информации, предопределяя проецирование на массовое (или же групповое, профессиональное и т. д.) сознание определенного и, как правило, не нейтрального интенционально, но при этом как бы не нуждающегося в проверке на соответствие истине образа заведомо спорного предмета, явления, события, процесса и т. д.

Разумеется, мы никому не навязываем своего взгляда на дискурс и логику его бытования. Простой конструкт «линза — фокус» — это всего лишь лабораторная модель заведомо сложного и при этом малопрозрачного сгустка, возникающего в глубине текстов. Напоминая, что «сгусток» этот определяли и коммуникативным событием, и вербальным продуктом коммуникативного действия⁴, и формой социального поведения, которая служит для репрезентации социального мира (Л. Дж. Филипс; М. В. Йоргенсен)⁵, и центральным моментом движущегося потока человеческого опыта (Ю. Л. Качанов и Ю. В. Маркова — с отсылкой к работе Ж. Гийому и Д. Мальдидье)⁶. По разнесенности систем координат этих (нескольких из огромного множества) определений можно судить о многообразии накопившихся прочтений образа дискурса. Хотелось бы привести ссылки на те работы исследователей дискурса, которые помогают заметить признаки и точнее понять характер, смысл и направленность того фокусирующего усилия,

⁴ См.: *Van Dijk T.* Op. cit.

⁵ Цит. по: *Русакова О. Ф.* Основные разновидности современного политического дискурса : опыт классификаций. URL: <http://politex.info/content/view/232/40/>.

⁶ *Качанов Ю. Л., Маркова Ю. В.* Структурный изоморфизм социологического дискурса. URL: <http://www.sages.isras.ru/RUS/publ/TXT/KaMa2.pdf>. Отсылка в статье к тексту: *Мальдидье Д.* О новых проблемах интерпретации, или Проблема смысла с точки зрения анализа дискурса // Квадратура смысла : французская школа анализа дискурса : пер. с фр. и порт. / общ. ред. и вступ. ст. П. Серию ; предисл. Ю. С. Степанова. М., 1999. С. 125—126.

которое обнаруживает себя актуальным речевым действием⁷ дискурса.

В содержательном обзоре О. Ф. Русаковой⁸, дающем представление об основных методологических подходах, заложенных в классификации теорий дискурса Т. Ван Дейка, Я. Торфинга, М. В. Йоргенсен и Л. Филлипс, Э. Лакло и Ш. Муфф, обратим внимание на обстоятельство, отмеченное Я. Торфингом: теория дискурса появилась в 1970-х гг. как интеллектуальный ответ на кризис теоретических исканий «новых левых», кризис марксизма, который уступал позиции набирающим силу неолиберализму и неоконсерватизму. Главной целью теории дискурса, по Торфингу, было предложение новой аналитической перспективы в исследовании способов конструирования социальной и политической идентичности.

Удержим в поле зрения это самое «конструирование социальной и политической реальности». И обратим внимание на то, что Норман Фрэнк, основной разработчик «критического дискурс-анализа» (КДА), относимого Торфингом ко второму поколению теорий дискурса, рассматривает дискурс как один из способов властвования, регуляции отношений субординации социальных акторов. Дискурсивная практика, как представляется исследователю КДА, вносит вклад не только в воспроизводство социального и политического порядка, но и в процесс социальной трансформации. Дискурс обнаруживает, таким образом, внятный властный эффект.

И еще одно замечание по части трактовок дискурса — со ссылкой на обзор О. Ф. Русаковой, в котором рассматривается (наряду с классификацией теорий дискурса Я. Торфинга) классификация теорий дискурса Марианне В. Йоргенсен и Луизы Филлипс. В работах Лакло и Муфф, которых Йоргенсен и Филлипс называют авторами дискурсивной теории (это один из трех социально-конструк-

⁷ Термин «речедействие», используемый некоторыми российскими исследователями как национальный аналог заемному термину «дискурс», не кажется нам даже и отчасти покрывающим поле, занимаемое собственно дискурсом, поэтому здесь повторена формула Т. Ван Дейка: как важная, но частность описываемого явления, строка из его «визитной карточки», но не вся карточка.

⁸ См.: *Русакова О. Ф.* Указ. соч.

ционистских подходов к дискурсивному анализу; два других подхода, по классификации Йоргенсен — Филлипс, это КДА и дискурсивная психология), дискурсы рассматриваются как способы понимания, конкурирующие между собой за придание социальному миру определенных значений. Дискурсы постоянно вовлечены в борьбу за достижение превосходства: так выглядит повседневная ситуация поиска социальной (и политической) идентичности.

К превосходству, как и к идентичности, можно идти разными путями, и совсем не обязательно, что самым продуктивным из них будет предъявление лучшего понимания того, что же именно представляют собой общественное благо или общественный интерес. Еще сложнее дело обстоит с выбором средств, с помощью которых предлагается или, напротив, возбраняется помогать обществу перемещаться в направлении лучшей жизни.

И здесь, пожалуй, самое время обратиться к «Порядку дискурса» Мишеля Фуко. Полагая оправданным достаточно пространное цитирование этого текста, приведем выдержки из инаугурационной лекции классика теории дискурса, прочитанной в Коллеж де Франс 2 декабря 1970 г., т. е. под самый занавес 60-х, с кульминационными для них парижским маем и пражским августом 1968 г.

Вот что говорил Фуко о практике контроля за дискурсом и его носителями:

Я полагаю, что в любом обществе производство дискурса одновременно контролируется, подвергается селекции, организуется и перераспределяется с помощью некоторого числа процедур, функция которых — нейтрализовать его властные полномочия и связанные с ними опасности, обуздать непредсказуемость его событий, избежать его такой полновесной, такой угрожающей материальности.

В обществе, подобном нашему <...>... известны процедуры исключения. Самая очевидная и привычная из них — это запрет. Нам хорошо известно, что говорить можно не все, говорить можно не обо всем и не при любых обстоятельствах, и, наконец, не всякому можно говорить о чем угодно. Табу на объект, ритуал обстоятельства, привилегированное или исключительное право говорящего субъекта — здесь мы имеем дело с действием трех типов запретов, которые пересекаются, усиливают друг друга или компенсируют, обра-

зую сложную решетку, которая непрерывно изменяется. Отмечу... что в наши дни областями, где решетка эта наиболее уплотнена, где растет число черных клеточек, являются области сексуальности и политика. Как если бы дискурс, вместо того, чтобы быть тем прозрачным или нейтральным элементом, в котором сексуальность обезоруживается, а политика умиротворяется, являлся как раз одним из мест, где осуществляются, причем привилегированным образом, некоторые из наиболее опасных проявлений их силы. И напрасно дискурс предстает с виду чем-то малозначительным — запреты, которые на него накладываются, очень рано и очень быстро раскрывают его связь с желанием и властью. Да и что же в этом удивительного? Дискурс... а этому не перестает учить нас история — это не просто то, через что являют себя миру битвы и системы подчинения, но и то, ради чего сражаются, то, чем сражаются, власть, которой стремятся завладеть.

Не углубляясь в запоздалую дискуссию о правомерности «дискурсивной» увязки «высокой» политики с «низким» сексом, разве что напоминая о том, что весной 68-го во Франции имел место — и был жестко подавлен властью — массовый выход на улицы радикально настроенной молодежи, в сознании которой представления об общественном благе, о политической революции «нового левого» толка были теснейшим образом увязаны с революцией сексуальной, с освобождением от «предрассудков» во взаимоотношениях полов. Собственно, на пересечении двух этих свобод и сформировалось на Западе «поколение 60-х»⁹, сформировав в итоге ту «Европу прав человека», с рядом ценностей которой никак не может примириться традиционная мораль. Обратим внимание в приведенном фрагменте текста на оппозицию «прятать» и «проявлять», употребленную применительно к дискурсу, во-первых; на установление (уже в самом начале формирования теорий дискурса!) связи дискурса с властью, которой стремятся завладеть, во-вторых; и, наконец, в-третьих, на выявленные и предъявленные к обозрению способы

⁹ Ни в Европе, ни в России в XX в. не было поколений 30-х, 50-х, 70-х, 80-х и далее по списку. Были же (всего-то) — 10—20-х («потерянное»); 40-х («военное поколение») и 60-х. Символами последнего как раз и стали «парижская весна» и «пражское сопротивление».

ограничения доступа к образованию общенационального дискурса носителей дискурса, скажем так, определенной «длины волны».

К табуированию Фуко добавляет такой способ исключения из дискурса определенных его носителей, как разделение и отбрасывание. Начиная со Средневековья, говорит Фуко, сумасшедший — это тот, чей дискурс не может циркулировать как дискурс других¹⁰.

Напоминая мимоходом о старой политической традиции «назначать» сумасшедшими инакомыслящих, носителей других смыслов или других прочтений смыслов¹¹, прерывая таким способом образование или распространение дискурсов, представляющих угрозу принятому порядку, а потому признаваемых (или, опять-таки, назначаемых) «общественно опасными», перейдем, однако, еще к одной группе процедур, позволяющих контролировать дискурсы.

Речь идет о процедурах, призванных «определить условия приведения дискурсов в действие» и навязать индивидам (трансляторам таких дискурсов) определенные правила: добиваясь того, «чтобы не всякий, кто захочет, получал к этим дискурсам доступ». Такой эффект достигается «прореживанием» трансляторов. «В порядок дискурса никогда не вступит тот, кто не удовлетворяет определенным требованиям или... не имеет на это права. ... Не все области дискурса одинаково открыты и проницаемы; некоторые из них являются в высшей степени запретными (дифференцированными и дифференцирующими)».

Зафиксировав роль ритуала, конституирующего самую поверхность и зримую форму систем ограничения¹², обратим осо-

¹⁰ Правда, тут же Фуко уточняет: случается, что именно слово сумасшедшего, в отличие от любого другого, «наделяют странными полномочиями: выговаривать скрытую истину, возвещать будущее, видеть, бесхитростно и наивно, то, что вся мудрость других не может воспринять».

¹¹ Классический пример такого рода в русской литературе начала XIX в. — Чацкий, в российской жизни того же времени — П. Я. Чаадаев с его «Философическими письмами».

¹² Ритуал определяет квалификацию, которой должны обладать трансляторы дискурса, и всю совокупность знаков, которые должны этот дискурс сопровождать; ритуал фиксирует предполагаемую или вменяемую действенность слов, границы их принудительной силы.

бое внимание на две другие системы такого рода и предназначения, выделяемые автором «Порядка дискурса».

Одна из них — дискурсивные сообщества, призванные сохранять или производить дискурсы таким образом, чтобы обеспечивалось их обращение в закрытом пространстве и лишь в соответствии со строгими правилами. Приводя в качестве примера архаической модели такого типа группы рапсодов, обладавших знанием поэм, которые нужно было читать наизусть или, при случае, изменять и трансформировать, Фуко уточняет: при том, что подобных «дискурсивных сообществ» с «двусмысленной игрой тайны и разглашения» почти не осталось, существует довольно много других сообществ, функционирующих в соответствии с режимом ограничений и разглашений: «вспомним о технических или научных секретах, о формах распространения и обращения медицинского дискурса; вспомним, наконец, о тех, кто присвоил себе экономический или политический дискурс».

Другая система ограничений — д о к т р и н ы (религиозные, политические, философские). На первый взгляд доктрины, изначально стремящиеся к распространению, приобщению к своим корпусам дискурсов как можно большего числа индивидов, представляют собой нечто противоположное дискурсивному сообществу, в основе которого лежит ограничение доступа к конкретному дискурсу или его трансляции. Но противоположность эта мнимая. Выстраивая сопринадлежность индивидов (с собой и между собой) через присвоение, обобществление ими конкретного, определенного корпуса дискурсов, доктрина связывает следующих ей с определенными типами высказываний, накладывая запрет на все остальные. Доктрина, говорит Фуко, совершает двойное подчинение: говорящих субъектов — определенным дискурсам, а дискурсов — определенной группе, по крайней мере виртуальной, говорящих индивидов.

1.1.2. Информационная безопасность

Сказанного о дискурсе и о связанных именно с ним способах обеспечения превосходства или даже доминирования определенных, задаваемых образах вещей, явлений и процессов, опреде-

ленных представлений о добре и зле, о правильном или неверном, должном или недопустимом в различных сферах жизни общества, о прошлом, настоящем и будущем (не забудем о способности доминирующих дискурсов корректировать знания, обеспечивая «выпадение» дискурсов иной части спектра из представления и обсуждения в образовательном процессе или в общественной дискуссии, например) достаточно, на наш взгляд, чтобы развернуть, прагматизировать тему.

Дискурс — со всей его «властной» спецификой и родовыми особенностями — в данном исследовании интересует нас не сам по себе, а в своем соединении со сложной субстанцией информационной безопасности. Предмет нашего внимания — ситуация существования и взаимодействия с обществом — через СМИ, с использованием СМИ — информационной безопасности, присущего ей дискурса.

Понятно, что с момента своего появления этот дискурс сразу начинает создавать в массовом сознании определенный образ информационных угроз и информационной безопасности (как системной задачи предотвращения, блокирования, снятия этих угроз), инфильтруя этот образ в поле СМИ, проводя через определенный корпус текстов, отличающихся заданным — именно дискурсивным — подходом. И не только в массовом сознании, уточним это с самого начала: сознание политических элит, очевидно, также не может оставаться слепым и глухим ни к прямому воздействию на него транслируемого образа (через все те же СМИ), ни к воздействию отраженному — через «подавливание» или даже давление общественного мнения, формируемого и корректируемого дискурсом информационной безопасности.

Для начала попробуем выстроить что-то вроде системы координат обсуждаемого вопроса, уточняя попутно некоторые обстоятельства, заслуживающие упоминания при обсуждении проблем информационной безопасности вообще и в ее выходе на средства массовой информации в интересующей нас частности.

Начнем с уточнения тех принципиальных позиций, которые мы намерены артикулировать и, насколько это окажется возможным, обсудить и защитить.

1. Проблема информационной безопасности существует, она реальна и серьезна, но массовое сознание имеет дело не с ней, а с симулякром, призванным решать также задачи, крайне далекие от информационной безопасности.

2. Дискурс информационной безопасности по определению не может быть дискурсом журналистским. На площадке массовой информации, если называть вещи своими именами, вынужденно взаимодействуют, противостоя друг другу и даже конфликтуя, два профессиональных дискурса — корпорации служб безопасности и потенциальной профессиональной корпорации журналистов. Они предъявляют два подхода и к безопасности как таковой, и к российскому обществу, и к ценностям, на которые это общество призывают оглядываться.

3. Настоящая информационная безопасность и общества, и государства начинается не с закрывания тем и текстов, доступа к информации определенных категорий, а с расширения доступа граждан к информации, представляющей общественный интерес, с информационной открытости власти.

4. Учитывая очевидную утрату российским государством на определенном этапе готовности поддерживать сложный баланс информационной безопасности и информационной открытости, а равно и заведомое сокращение ресурса свободы и независимости СМИ, профессиональной самостоятельности российской журналистики, ситуация в сфере реальной информационной безопасности российского гражданина обречена меняться к худшему, по крайней мере до тех пор, пока общество не займется вплотную этой проблемой от собственного имени, «перенастраивая» некоторые установки государства и перезапуская систему свободы и ответственности российской журналистики.

Обоснуем эти позиции. Проблема безопасности (и информационной в том числе) не придумана, не занесена с Марса. В современный мир и в Россию ее «надуло», если отойти от базовых позиций дискуссии о начале и конце света (очевидно не имеющей консенсусного разрешения), ветром цивилизационного развития. Международное сообщество вообще и Россия в частности имеют дело с «пучком», если использовать этот образ Юрия Левады, техно-

генных и иных рисков, угроз жизни и безопасности человека, характерных для второй половины XX — первой половины XXI в. Тут и риски (угрозы), связанные с социальными проблемами, бедностью, нехваткой продовольствия и питьевой воды. Тут и риски, связанные с издержками глобализации, и риски последствий варварского отношения государства и общества к экологии, и риски варварского отношения человека к собственному здоровью. И риски, связанные с развитием научно-технической революции вообще и с ее выходом в военную область, сферу вооружений и применения вооруженных сил. И риски, связанные с этническими конфликтами и конфликтами на религиозной почве. В самом начале нового, нынешнего века едва ли не на первые позиции в этом «проскрипционном» списке переместился международный терроризм. С некоторого времени¹³ принято оглядываться еще и на риски «столкновения цивилизаций».

Понятно, что не все из названного, даже и относясь к сфере международной или национальной безопасности, имеет прямой или даже косвенный выход в пространство безопасности информационной. Но также понятно, что уже и упоминания таких проблемных полей, как вооружение, конфликты, терроризм, достаточно, чтобы к концепту информационной безопасности относиться со всей серьезностью, по крайней мере в стране, проходящей через глубокий кризис вынужденной смены представлений о социальных и во многом моральных нормах, с повышенной затрудненностью модернизационных и трансформационных процессов, с основательно нарушенными основами само- и самоидентификации граждан, включая идентификацию себя со своей нынешней страной, с поставленными под вопрос былыми, очевидно упрощенными представлениями о неизбывной, естественной прочности основ исторически сложившихся полиэтничности и многоконфессиональности, и т. д.

«Со всей серьезностью» означает, как нам представляется, не с придыханием и не навтыжку, а с сознательным отстранени-

¹³ С 1993 г. — с момента появления в «Foreign Affairs» статьи С. Хантингтона, утверждавшего, что центральным и наиболее опасным аспектом зарождающейся глобальной политики станет конфликт между группами различных цивилизаций.

ем. С выбранным умом (и по уму) рациональным и достаточно корректным отношением — как к с п е ц и а л и з и р о в а н н о й области наработки, накопления, применения задач и знаний, связанных со снятием и предотвращением угроз гражданину, обществу и государству (если перечислять приоритеты в порядке примата прав человека), возникающих или способных возникнуть в определенной сфере жизни общества и деятельности человека. В нашем случае речь идет об угрозах, возникающих, способных возникнуть, прирасти или снизиться, обратим внимание, по факту публикации (или непубликации) средствами массовой информации каких-то определенных текстов. Через трансляцию содержащихся в этих текстах определенных, противоречащих безопасности или подрывающих ее устои дискурсов. Через прохождение к гражданам (или, напротив, в силу непрохождения) существенно важной для этих граждан и общества в целом информации, способной определенным образом повлиять на характер, состояние, уровень национальной безопасности. (Объединим в рамках этого понятия-концепта, не слишком широко распространенного в России, безопасность отдельного человека, семьи, социальной группы, общества и, наконец, государства с неременным включением в прочтение этого концепта фактора будущего времени, защиты интересов будущего страны и ее граждан¹⁴.)

Надеясь, что наша принципиальная позиция по этому вопросу понятна, перейдем к концепту информационной безопасности, каким он обнаруживает себя в базовом документе — Доктрине информационной безопасности¹⁵, подписанной президентом РФ 9 сентября 2000 г.

¹⁴ Предлагаемый подход заметно усложняет постановку и решение задач в области информационной безопасности, но также и предохраняет (что важнее, весомее) от постановки и разрешения задач, пусть и дающих выигрыш во времени, но ведущих, по большому счету, в социально-политический тупик.

¹⁵ При том, что Доктрина не принадлежит к числу документов с внятным правовым статусом, не является она и документом, предложенным обществу на согласование. Согласно преамбуле этого официального документа, Доктрина развивает Концепцию национальной безопасности Российской Федерации применительно к информационной сфере и представляет собой совокупность официальных взглядов на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информаци-

Не считая полезным обсуждать в рамках нашей темы важные, но в значительной мере специальные, в том числе и ориентированные на специалистов сугубо «безопасного» профиля положения Доктрины, обратим внимание, однако, на саму попытку доктринально сформулировать содержание понятия «национальная безопасность», определить, в чем же именно состоят интересы личности, общества и государства в информационной сфере, и попытаемся предложить прочтение того, что можно было бы называть национальными интересами в информационной сфере. Вот как эти позиции представлены в разделе «Информационная безопасность Российской Федерации» (ст. 1. «Национальные интересы Российской Федерации в информационной сфере и их обеспечение»).

Под информационной безопасностью Российской Федерации понимается состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства.

Интересы личности в информационной сфере заключаются в реализации конституционных прав человека и гражданина на доступ к информации, на использование информации в интересах осуществления не запрещенной законом деятельности, физического, духовного и интеллектуального развития, а также в защите информации, обеспечивающей личную безопасность.

Интересы общества в информационной сфере заключаются в обеспечении интересов личности в этой сфере, упрочении демократии, создании правового социального государства, достижении и поддержании общественного согласия, в духовном обновлении России.

Интересы государства в информационной сфере заключаются в создании условий для гармоничного развития российской информационной инфраструктуры, для реализации конституцион-

онной безопасности страны, служит основой для формирования государственной политики в области обеспечения информационной безопасности государства, для подготовки предложений по совершенствованию правового, методического, научно-технического и организационного обеспечения информационной безопасности и, наконец, для разработки целевых программ обеспечения информационной безопасности Российской Федерации.

ных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и пользования ею в целях обеспечения незыблемости конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности России, политической, экономической и социальной стабильности, в безусловном обеспечении законности и правопорядка, развитии равноправного и взаимовыгодного международного сотрудничества.

Обратим внимание на самый первый пункт, где строгий документ начинается, что называется, «плыть». Вот этот пункт:

Первая составляющая национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере включает в себя соблюдение конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и свободы пользования ею, обеспечение духовного обновления России, сохранение и обновление нравственных ценностей общества, традиции патриотизма и гуманизма, культурного и научного потенциала страны.

Уточним, что сама по себе попытка разделить национальные интересы в информационной сфере на составляющие (да еще и изложить их в логике готового, а не дискуссионного, обратим внимание, директивного по характеру набора) могла бы быть сочтена заслуживающей внимание инновацией, каким-никаким, но опытом артикуляции государством понятного гражданину, а не только специалисту образа информационной безопасности и своего подхода к постановке и решению задач в этой сфере. По факту же ее придется определять как урок урона, наносимого благим целям неверным выбором средств.

Не предполагая на самом деле, что безымянные авторы Доктрины ставили целью размыть те самые конституционные права и свободы, на которые Доктрина не один раз ссылается¹⁶ (но все же

¹⁶ В числе требуемых для достижения «первой составляющей национальных интересов» значатся, в частности, следующие позиции: обеспечить конституционные права и свободы человека и гражданина свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, получать достоверную информацию о состоянии окружающей среды; обеспечить конституционные права и свободы человека и гражданина на личную и семейную

обращая внимание на то, что некоторое число положений доктрины дают основания и для такого толкования в том числе), зададимся вопросом: а какой, собственно, смысл, какое содержание вкладывается Доктриной в словосочетания «духовное обновление России», «сохранение и укрепление нравственных ценностей общества», «традиции патриотизма», «духовное возрождение» народа Российской Федерации?

Вопрос не праздный, если иметь в виду, что безусловно неблагоприятное, кризисное российское общество трансформируется и модернизируется в условиях очевидного отсутствия консенсуса о том, что же должны представлять из себя эти процессы на выходе (а кроме того, на какие ценности они должны ориентироваться, какую именно цену обществу придется заплатить и за модернизацию, и за задержку с ней, за усиление «отклоняющихся», сдерживающих модернизацию силовых линий, в том числе политических, излишне или ложно «безопасных»), общество даже и не обсуждает на все эти темы. Почему это не просто плохо или очень плохо, но опасно? Да потому, что понятия «патриот» и «патриотизм», например, могут с равной степенью серьезности (но с совершенно разными смыслами, в них вкладываемыми, и совершенно различными, противостоящими по природе представлениями о том, какой же должна стать Россия и каким образом к этому «стать» продвигаться) использовать по отношению к себе и носители суперлиберального комплекса ценностей, и носители архаичных, феодальных в основе (в лучшем случае — восходящих к пониманию этого термина в СССР времен «холодной войны») представлений о стране, ее желаемом образе, а равно и о том, какую роль и при соблюдении каких условий в этом могут сыграть средства массовой информации. И разве одинаково прочитывают содержание понятия «гума-

тайну, тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений, на защиту своей чести и своего доброго имени; укрепить механизмы правового регулирования отношений в области охраны интеллектуальной собственности, создать условия для соблюдения установленных федеральным законодательством ограничений на доступ к конфиденциальной информации; гарантировать свободу массовой информации и запрет цензуры.

низм» носители «открытого» и «закрытого» взгляда на мир, сторонники сильной демократической России и «великой державы», которую должны бояться, уважая?

Употребляя термин «симулякр» применительно к сугубо почтенному по статусу документу, автор исходит из его скверной специфики: предъявлять соединенным несоединимое, задавать директивную директорию, в том числе тому, что нуждается по меньшей мере в полемике экспертов, в общественных дискуссиях, в основательной научной проработке каждого слова в отдельности и групп слов в совокупности.

Можно, как представляется, спорить, на каком основании Доктрина информационной безопасности вообще забирается на крайне деликатную территорию духовной жизни, даже и не пытаясь объяснить, какой из смыслов (или какие именно смыслы) ею вкладываются в это словосочетание¹⁷. Но с какой стати, на каком основании и, что принципиально важно, по какому праву в Доктрине, которая относит к числу «основных объектов» обеспечения информационной безопасности в сфере духовной жизни «свободу совести, включая право свободно выбирать, иметь и распространять религиозные и иные убеждения и действовать в соответствии с ними, свободу мысли и слова (за исключением пропаганды или агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду)», ровно двумя десятками строчек ниже обнаруживается следующее положение:

¹⁷ Придется признать, что сфера «духовной жизни» если и не трактуется, то понимается Доктриной неоправданно широко: «Обеспечение информационной безопасности Российской Федерации в сфере духовной жизни имеет целью защиту конституционных прав и свобод человека и гражданина, связанных с развитием, формированием и поведением личности, свободой массового информирования, использования культурного, духовно-нравственного наследия, исторических традиций и норм общественной жизни, с сохранением культурного достояния всех народов России, реализацией конституционных ограничений прав и свобод человека и гражданина в интересах сохранения и укрепления нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, здоровья граждан, культурного и научного потенциала Российской Федерации, обеспечения обороноспособности и безопасности государства».

Наибольшую опасность в сфере духовной жизни представляют следующие угрозы информационной безопасности Российской Федерации:

<...>

возможность нарушения общественной стабильности, нанесение вреда здоровью и жизни граждан вследствие деятельности религиозных объединений, проповедующих религиозный фундаментализм, а также тоталитарных религиозных сект;

использование зарубежными специальными службами средств массовой информации, действующих на территории Российской Федерации, для нанесения ущерба обороноспособности страны и безопасности государства, распространения дезинформации;

неспособность современного гражданского общества России обеспечить формирование у подрастающего поколения и поддержание в обществе общественно необходимых нравственных ценностей, патриотизма и гражданской ответственности за судьбу страны.

Появление фантома «тоталитарных сект» (закономерно отсутствующего и в Конституции Российской Федерации, и в Законе РФ «О свободе совести и религиозных объединениях», но возникающего вдруг в документе за подписью президента России) и совершенно фантастического призрака «использования зарубежными специальными службами средств массовой информации, действующих на территории Российской Федерации, для нанесения ущерба обороноспособности страны» — признаки симулякра. А объявление уж вовсе недееспособным гражданского общества, очевидное выделение из всех категорий российских СМИ в качестве объекта особой защиты и патронажа именно государственных СМИ, попытка явочным порядком застолбить идею формирования общественного контроля «за формированием в обществе духовных ценностей, отвечающих национальным интересам страны»¹⁸ — это все как

¹⁸ Общественный контроль за формированием функциональных, соответствующих национальным интересам духовных ценностей (!!) — это, конечно же, абсолютное по непониманию природы ценностей ноу-хау Доктрины, напоминающее сказанное известным баснописцем о пирогах и сапожниках. Его можно было бы признать «новым словом» в моральном нормотворчестве (именно в кавычках), когда бы не явный привкус советизма в подходе, ощущение очевидной вторичности «сверхпрагматичного», а на самом деле — достаточно циничного в своей основе подхода к морали как к девушке по вызову.

раз и есть фокус с разоблачением «фокуса» симулякра, в том числе фокуса обнаруживаемого им властного дискурса.

Все по Фуко, строго говоря: и присутствие «доктрины», и выраженность интересов «дискурсивного сообщества», и готовность ограничивать «неправильный» дискурс, прореживая его «трансляторов», даже готовность привычно подравнивать чужой, сложный профессиональный порядок под привычное равнение на грудь четвертого человека¹⁹.

Полагая тему дискурса Доктрины информационной безопасности фактически исчерпанной (к одной из ее позиций нам, правда, еще предстоит вернуться), уточним два принципиальных момента. Как представляется, Доктрина информационной безопасности, как и сама концепция информационной безопасности, формировалась под определенный государственный заказ — «на вырост» новой державности, готовой если и не совсем тотально, то по-отечески, плотно контролировать общество (и новой готовности общества подлежать отеческому контролю). Основы «доктринального» подхода были заложены в середине 1990-х гг.: до ударов захваченных самолетов по башням-близнецам, предъявивших всему миру серьезность разговоров экспертов о переходе бывшего «твердого» мира в «жидкий»²⁰, но аккурат на этапе выхода из Первой чеченской

¹⁹ «Основными направлениями информационной безопасности... в сфере духовной жизни являются... <...> ...разработка специальных правовых и организационных механизмов недопущения противоправных информационно-психологических воздействий на массовое сознание общества, неконтролируемой коммерциализации культуры и науки, а также... рациональное использование накопленных обществом информационных ресурсов, составляющих национальное достояние».

²⁰ О том, что авторство метафоры «жидкий мир» принадлежит серьезному исследователю проблем глобализации Зигмунду Бауману, напомнил некоторое время назад (в интервью Сергею Бунтману и радиостанции «Эхо Москвы») французский философ Оливер Монжен, автор книг по интеллектуальной истории и редактор журнала «L'Esprit» (URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/razvorot/51751/index.phtml>). Не оспаривая авторства Баумана, уточним, что у метафоры «жидкий мир», замечательно плотно ложащейся едва ли не на любой современный дискурс по проблемам безопасности/небезопасности, есть образ-предшественник — ковзрный «студень» из всевременного «Пикника на обочине» братьев Стругацких. Вспомнить о нем полезно еще и потому, что добровольно и даже невольно (в силу обстоятельств) заходящему на территорию «информационно-безопасного» дискурса

войны²¹. «Информационное оружие как угроза национальной безопасности России», «угрозы информационного воздействия на информационные ресурсы Российской Федерации», «угрозы информационно-психологической безопасности», «эффективность систем национальной безопасности» — аналитическими записками и справками такого рода были буквально завалены, как помнится, участники парламентских слушаний «Угрозы и вызовы в сфере информационной безопасности Российской Федерации» (Москва, 16.06.1996 г.)

В Рекомендациях этих слушаний, надо заметить, еще нет упоминания о Доктрине информационной безопасности, но есть оценка: информационная безопасность России находится на критическом уровне. И есть пакет рекомендаций президенту и правительству Российской Федерации, начинающийся с подготовки в рамках Концепции информационной безопасности классификатора «основных внешних и внутренних угроз и вызовов интересам личности, общества и государства в этой области», а также разработки понятийного аппарата и методологии уровня угроз и последствий их реализации.

И словосочетание «общественный контроль» в Рекомендациях обнаруживается, правда, в совершенно ином контексте и с другим смыслом, чем в подзадержавшейся на четыре года и принятой уже во времена второго президентства Доктрине информбезопасности. Третьим пунктом в рекомендациях президенту значится «...формирование федеральной системы обеспечения информационной

хорошо бы изначально осознавать себя сталкером, рискующим не только собственной репутацией, но, может, даже и головой.

²¹ Авторы употребляют именно это словосочетание применительно к боевым действиям на территории Чеченской республики и в силу устойчивой традиции правозащитного словоупотребления, и с оглядкой на язык значительной части российских СМИ того периода. А еще потому, что дискурс спецслужб (и не только в России, надо заметить) давно уже распознается именно по специально сконструированным специалистами «нейтральным» эвфемизмам: «предотвращение гуманитарной катастрофы», «антитеррористическая операция», «наведение конституционного порядка». Интересующимся этой стороной проблемы мы рекомендуем небольшой, но емкий материал: *Жуков И. В.* Война в дискурсе современной прессы. URL: http://teneta.rinet.ru/rus/ii/iliazhukov_war.htm.

безопасности России для защиты законных интересов граждан, общества и государства; содействие формированию системы общественного контроля за функционированием этой системы; определение эффективности и способности государства и его органов выявлять источники, парировать и нейтрализовать основные угрозы и вызовы для жизненно важных интересов личности, общества и государства». Имеющий глаза...

.

1.1.3. «Команда»

Говоря о том, что же так сильно изменилось в России (не в мире) за эти самые четыре года, что так заметно изменило ориентиры и акценты в сфере информационной безопасности, остановимся на трех позициях.

В стране состоялась Вторая чеченская война, и в качестве одной из характерных ее информационных особенностей обнаружилось резкое истоньшение слоя тех СМИ и тех журналистов, которые стремились освещать события не с одной — официальной российской — стороны.

Дискурс СМИ оказался в значительной мере приближенным к дискурсу той части российского общества, которая разочаровалась в демократии, не успев очароваться ею, устав от экономической, политической, моральной ситуации 90-х гг. и фактически сформулировав не очень четкий, размытый, но понятный по знаку запрос на снижение энтропии, укрепление порядка и увеличение безопасности во всех сферах жизни России. Дилемма «свобода или безопасность» была фактически снята именно запросом на безопасность, пусть и с ограничением свобод.

К власти в России пришла не просто другая президентская команда, но другая кадровая идеология: собирать дряблую, «разжиженную» Россию по призыву и поручению нового президента было доверено военным, силовикам с выраженным присутствием в этом призыве людей из спецслужб.

И, наконец, «команда порядка» с самых первых шагов положила под сукно прообраз концепции информационной откры-

тости, обещавшей власти не просто множество «лишних» забот и хлопот, но риски «гражданского контроля», раздражающего спецслужбы даже в странах с устойчивой демократией. Начав «двусмысленные игры тайны и разглашения», если вернуться к одной из формулировок М. Фуко, российская бюрократия «второй волны» оставила в поле зрения граждан древко от флага информационной открытости, сосредоточившись на информационной безопасности и даже попытавшись напрямую связать ее с одной из «информационных угроз» — тем самым пугалом «использования зарубежными специальными службами средств массовой информации, действующих на территории России, для нанесения ущерба обороноспособности страны и безопасности государства».

Мы не считаем разумным каким-то специальным образом расшифровывать или подтверждать первую из названных позиций; ситуация с состоянием российского общества, с настроением и психологическим самочувствием российских граждан во второй половине 90-х у всех на памяти, как на памяти и перемены в информировании читателей о войне в Чечне российскими СМИ, прежде всего электронными: НТВ и «Эхо Москвы» были, пожалуй, последними электронными СМИ, пытавшимися минимизировать издержки информации, поступающей с одной стороны, для своих зрителей и слушателей.

Что касается другой команды и другой идеологии, то Ольга Крыштановская в своем исследовании российских элит относительно модернизации верховной власти времен первого президентского срока В. В. Путина дает такие четкие определения, как «милитаризации власти» и «милитократизация» России²². Обсуждая предпосылки этого процесса, его развитие и состояние, исследователь не демонизирует путинскую элиту в погонах, пусть и не всегда вы-

²² «Новая власть <...> усиленно работает над тем, чтобы создать не только управленческую вертикаль... но и «управленческую горизонталь», рассаживая вышних офицеров на вторые и третьи этажи властных структур... Насыщение военными экономических и политических ведомств при Путине становится основной тенденцией кадровой политики. <...> Осуществлена масштабная мобилизация военных на государственную службу... (Крыштановская О. Анатомия российской элиты. М., 2005. С. 281).

ставляемых напоказ, но и не считает возможным облегченное отношение к тому, что же именно она привносит во власть²³. Возвращаясь к теме дискурса той части путинской элиты, которая наиболее естественным образом осуществляет себя в режиме «установка — приказ — исполнение приказа», приведем еще две цитаты из книги Ольги Крыштановской, по сути, исключающие (как нам кажется) возможность появления в сфере безопасности вообще и информбезопасности в частности какого-то иного представления о взаимоотношениях массовой информации и информационной безопасности, чем нынешнее, ограничительно-манипулятивное:

Неоавторитаризм путинской милитократии соседствует с плюрализмом мнений, с существованием частной собственности, с гражданскими свободами. Демократические свободы формально соблюдаются. Но... управленческая сеть, созданная Путиным, базу которой составляют военные, восстановила контроль практически над всеми ключевыми процессами в обществе. Началось выхолащивание демократии, приобретение ею имитационного характера. Образцом такой квазидемократии было советское общество, в котором существовали три ветви власти (независимые только на бумаге), и выборы (хотя и безальтернативные), и конституционно закрепленные демократические свободы граждан. Не та ли самая опасность подстерегает современное российское общество, в котором произошла мобилизация военных в политику? <...>

Другой опасностью милитаризации власти является *к л а н о в о с т ь*, основу которой будет составлять не родственно-финансово-криминальные связи так называемой Семьи (как было при Ельцине), а корпоративный дух единения, присущий сотрудникам безопасности. Сети агентов влияния, специфические каналы обмена информацией, методы манипулирования людьми — эти навыки делают офицеров, работающих или работавших в КГБ/ФСБ особой кастой, «братством», в котором господствует дух взаимопомощи.

²³ «...Военные путинского призыва прошли школу демократизации, поработали в коммерческих структурах или за границей, их внутренний авторитаризм подвергся модернизации, трансформировался, стал условнее. <...> Но все же, примиряясь с существованием институтов, которыми она не может руководить открыто, путинская милитократия не оставляет самого стремления к контролю. Контроль принимает скрытые формы...» (*Крыштановская О.* Цит. соч. С. 283).

Когда человек, развивший в себе эти навыки, получает власть, вся страна становится ареной оперативной работы. Сам Путин говорил, что «бывших чекистов не бывает — это на всю жизнь». Корпоративный дух спецслужб цементирует власть. Милитократическая элита становится общностью, в которой главенствует солидарность. Такая власть вдвойне устойчива, тем более что она скреплена идеологией патриотизма, разбавленного, правда, либеральными экономическими идеями. Новая клановость режима Путина — это корпоративный дух спецслужб²⁴.

Надо ли объяснять, что клановость и открытость несовместны? Понимая, что риторические вопросы не приветствуются, зададим другой: надо ли всерьез беспокоиться о том, что информационная открытость, продолжающая оставаться в России нереализованным конструктом, имеет объективно немного шансов вернуться и обнаружиться реальностью?

1.1.4. Информационная открытость

Президентский Указ № 2334 от 31 декабря 1993 г. «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию»²⁵ содержал пункт 3, который, собственно, и составил ядро того, что можно назвать, пусть и достаточно условно, концепцией информационной открытости времени и имени первого российского президента. Этот пункт гласит:

²⁴ Крыштановская О. Цит. соч. С. 284.

²⁵ Указ подписан Б. Н. Ельциным на третьей неделе по принятии Конституции России, и речь в нем идет уже и поэтому именно о «дополнительных» правах — о переводе в практическую плоскость закрепленного Конституцией права свободно искать и получать информацию и о существенном дополнении (режим прямых взаимоотношений государства с гражданином по поводу официальной информации) сохраняющегося подхода работы государства с гражданином в информационной сфере через квалифицированного посредника в лице СМИ: согласно ст. 38 Закона РФ «О средствах массовой информации», «граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов и организаций, объединений, их должностных лиц».

Деятельность государственных органов, организаций и предприятий, общественных объединений, должностных лиц осуществляется на принципах информационной открытости, что выражается:

- в доступности для граждан информации, представляющей общественный интерес или затрагивающей личные интересы граждан;
- в систематическом информировании граждан о предполагаемых или принятых решениях;

- в осуществлении гражданами контроля за деятельностью государственных органов, организаций и предприятий, общественных объединений, должностных лиц и принимаемыми ими решениями, связанными с соблюдением, охраной и защитой прав и законных интересов граждан.

Через пять лет, в Послании президента Российской Федерации «Общими силами — к подъему России. (О положении в стране и основных направлениях политики Российской Федерации)» представление об информационной открытости было существенно углублено и расширено. Вот как выглядела в Послании соответствующая позиция:

Полноценное взаимодействие власти с институтами гражданского общества невозможно без информационной открытости. Задачи здесь таковы:

- радикальное обновление функций, методов, критериев деятельности существующих информационных служб органов исполнительной власти;

- сужение области ведомственных тайн;

- уточнение с помощью общественных организаций гарантий предоставления общественно значимой официальной информации;

- обучение государственных служащих практической работе в условиях информационной открытости;

- установление каналов двусторонней связи государственных органов с общественными организациями, занимающимися аналогичными проблемами (экологическими, социальными и др.)

Если добавить к сказанному, что предвзяло новое прочтение информационной открытости положение об общественной экспертизе, переворачивавшее представление о степени свободы власти в выборе одних, а не других решений («Особое внимание должно

быть уделено законодательно оформленному институту общественной экспертизы. Каждое социально значимое решение органа государственной власти или органа местного самоуправления необходимо пропускать через механизмы общественного согласования», то не будет преувеличением сказать, что в стране, гипотетически по крайней мере, намечались сугубо мирные, но при этом и сугубо революционные по смыслу, характеру и последствиям подвижки во взаимоотношениях власти с обществом.

Через десять лет после написания этих документов мы, однако, находимся там, где находимся. Как один из разработчиков формулы Послания-1998, член рабочей группы экспертов, которая готовила раздел «Подъем для людей. Подъем силами общества», автор данного подраздела безусловно сожалеет о том, что информационная открытость так и осталась концептом. Ситуация конкретного времени в конкретной стране сложилась так, как сложилась.

Информационная открытость не то чтобы была объявлена неверной или ненужной стране, гражданам и власти, но скорее она была удушена в объятиях власти, трансформировавшись во «вторую составляющую» национальных интересов Российской Федерации Доктрины информационной безопасности, с одной стороны; с другой же — пройдя многолетний бесславный путь с постепенным выхолащиванием смысла и содержания информационно открытого подхода, характерного для проекта Федерального закона, поначалу называвшегося «О праве граждан на доступ к информации», к информационно безопасному проекту Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».

Предпоследний, исторический штрих к позиции информационной открытости — возвращение к сказанному о попытке напрямую связать журналистику с одной из «информационных угроз». Примерно в то же время, когда подписывалась Доктрина информационной безопасности, Фонд защиты гласности (ФЗГ) представлял книгу «Дело № 19. Григорий Пасько против ФСБ» — документальную историю попытки обвинить в разглашении тайны и государственной измене военного журналиста Григория Пасько. В конце девяностых «дело» против него, достаточно грубо сшитое, не вы-

держало солидарного давления извне и развалилось. Удалось ли бы добиться такого эффекта сейчас, когда против слова журналиста, обязанного исследовать и расследовать сложнейшие конфликтные ситуации, принимая на себя риск профессионально-морального выбора, а зачастую и всю полноту ответственности личной, индивидуальной защиты общественного интереса, работают в том числе федеральные законы «О борьбе с терроризмом», «О противодействии терроризму», «О противодействии экстремистской деятельности», на основании которых едва ли не любое СМИ может быть объявлено преступившим закон? Чтобы не ходить далеко, сошлемся на известный пример, когда предупреждение за статью «Чингисхан, открой личико»²⁶ было объявлено куда как более аккуратной в выражениях и образе мыслей газете «Известия» именно с отсылкой к Закону о противодействии экстремистской деятельности. Не обсуждая обоснованность вынесения предупреждения, обратим внимание на саму практику поиска и обнаружения «признаков экстремизма» в текстах издания такого типа и масштаба.

Право «применять меры профилактического и пресекающего характера» (так в тексте предупреждения) у Федеральной службы по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия, конечно же, есть. Но есть ли право на свободу слова в ситуации, о которой писали «Известия», у журналиста и СМИ?

1.1.5. Дискурс журналистского сообщества

Не может не беспокоить то обстоятельство, что нынешняя российская журналистика практически не обсуждает вопросы информационной закрытости и информационной открытости, не ведет учет проблемных ситуаций, не анализирует вовлеченность в них самих журналистов, не апеллирует в конфликтных ситуациях к экспертному сообществу и обществу.

Клановости и корпоративности, о которой писала Крыштановская, не противостоит другой клан. И слава богу, как говорится,

²⁶ Известия. 2007. 18 мая.

потому что «клановая» журналистика — нонсенс. Но ведь не противостоит и корпоративность профессионалов, которые (сошлемся в данном случае на обязательный для членов Союза журналистов России Кодекс профессиональной этики российского журналиста) обязаны прилагать все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было неполнотой или неточностью информации, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сообщений.

Следует отметить, что Кодекс российских журналистов не является документом эталонного качества. Вот и по только что сказанному возникают почти неизбежные вопросы. А где самообязательство прилагать все силы к тому, чтобы добыть эту самую общественно значимую информацию, не останавливаясь перед выстраиваемыми на его пути барьерами и ловушками и не поддаваясь на уловки манипуляторов? И почему огорчаться нужно только распространению заведомо ложных сведений журналистом? А опасность тех сведений, которые он поленился, а то и испугался проверять на необходимую глубину?

Информационная открытость, какой она начинала выстраиваться, как раз и обеспечивала наилучшим образом национальную безопасность, формируя тип гражданина России времен информационного общества, т. е. умеющего найти информацию, распорядиться ею, принять ответственное, компетентное решение.

Информационная безопасность в том виде, в каком она сложилась и продолжает оставаться, формирует знакомый тип человека-«винтика»: бери, что дают; думай, что рекомендуют; делай, что скажут; живи, как предпишут.

Осторожно относясь к формуле «Это мы уже проходили» (повторяемость событий, конечно же, метафора; внешняя — по отдельным признакам — схожесть ситуаций обманчива), напомним известную старую и возможную новую ситуацию предотвращения поворота северных рек²⁷ со ссылкой на очень полезную во многих смыслах

²⁷ Мэру Москвы, похоже, недостаточно собственных изобретений вроде круглого улья или макрокапсулирования — деятельный градоначальник всерьез заговорил о необходимости возвращаться к проекту поворота северных рек, подводя под этот проект теперь уже не солидаристские мотивы, которые работали в СССР, а выгоду от продажи водных ресурсов.

публикацию В. Захарько²⁸. Канва этой истории известна давно. После принятия в 1976 г. решения о переброске на юг части стока рек Сибири и Европейского Севера страны на публикации по этой теме был наложен запрет, который удалось прорвать журналистам. Реки вспять не потекли, экологической катастрофы, которая могла или должна была быть связанной с этим самым поворотом, стать его итогом, в СССР, к счастью, не случилось.

Вспомнить эту историю полезно как минимум по трем причинам. Во-первых, журналистская профессия должна иметь достойные ориентиры, а это как раз тот случай. Во-вторых, тоскующим по прежней великой державе стоит все же, хотя бы время от времени, напоминать, что страна эта легко могла погубить миллионы соотечественников в годы достаточно благополучные просто потому, что решения в ней принимались келейно, а гриф «секретно», который за ними следовал, замечательно и повсеместно скрывал правду, искажал реалии, насаждал массовый страх, как напоминает Захарько. И в-третьих, от принятия решения по проекту до его остановки прошло десять лет. Кто даст гарантию, что новые планы поворота рек или схожие с ними, возникающие так же тайно, но уже не находящие своих расследователей и борцов против произвола тайны в журналистском сообществе, не будут реализовываться, что называется, с колес?

Ситуация драматически осложнена ситуацией в журналистике, разучившейся определенно находить себя на стороне гражданина, читателя или зрителя, сплошь и рядом продолжающей если и не идентифицировать себя с властью, то ожидать разрешающего, подтверждающего, одобряющего кивка с ее стороны.

В тексте, который редакция «Новой газеты» предпослала посмертному сборнику статей Анны Политковской, есть строчки, которые должны быть процитированы как оценка и предостережение, которые никому не дано оспорить в прямом обращении к автору:

«Вертикаль власти» — это такое состояние государственного устройства, при котором с руководящего поля удалены все, кто спо-

²⁸ Захарько В., Политковская А. Ни дня без грифа «секретно» // Известия. 2008. 30 янв. С. 12.

собен мыслить по-другому, чем вышестоящий начальник. У нас с подачи администрации президента Путина, фактически являющейся главным управляющим звеном страны, это состояние называется «НАШИ». «Наши» — это те, кто с нами. «Не наши» — если не с нами, то враги. Подавляющее большинство СМИ, собственно, и описывают этот дуализм: как «наши» хороши — как отвратительны «враги». И далее — о ситуации даже и в лучшей части журналистского цеха: наступила пора умственного и профессионального застоя в профессиональном кругу, «превратившего профессию опять из журналистики в пропаганду»²⁹.

Вот оно и названо место контакта, схода или даже совпадения двух дискурсов — информационно-безопасного и уже не журналистского, но ведь прикрытого журналистским удостоверением.

Строго говоря, эта точка — крайняя. Далее — или вверх (не назад!), к профессии, к информационной открытости как способу защитить и обеспечить права и интересы граждан и общества. Или?

В качестве заключения процитируем текст Рекомендаций Комиссии по свободе доступа к информации — документ архивный, по времени рождения — ровесник Доктрины информационной безопасности. В отличие от Доктрины, однако, текст этот вряд ли устареет в обозримом будущем. Вопрос только — будет ли востребован?

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЗАКРЫТОСТЬ И ПУТИ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Рекомендации экспертов Правозащитного фонда «Комиссия по свободе доступа к информации»³⁰

Комиссия по свободе доступа к информации:

— предлагает положить настоящие Рекомендации в основу решений, принимаемых различными органами власти по поводу обеспечения информационной открытости их деятельности;

²⁹ За что. М., 2007. С. 9—10.

³⁰ Местное телевидение, власть, население: информационная открытость как основа социального партнерства. М., 2001. С. 133—135.

— призывает использовать эти Рекомендации при разработке информационной политики и при создании, использовании, распространении и сохранении общественно значимой информации.

1. Открытый и беспрепятственный доступ к общественно значимой информации является гарантом справедливого управления и свободного общества. Общественно значимая информация способствует просвещению народа, стимулирует прогресс и помогает решению стоящих перед нами сложных экономических, научных и социальных проблем.

2. Мы определяем общественно значимую информацию как информацию, которая создается, собирается и/или хранится органами власти всех ветвей и уровней. Мы утверждаем, что общественно значимая информация — это информация, принадлежащая народу, который доверил ее хранение органам власти и имеет право доступа к ней за исключением оговоренных в законе ограничений.

3. Органы власти должны гарантировать полноту и сохранность общественно значимой информации независимо от формы ее хранения. Сохраняя общественно значимую информацию перед лицом меняющегося времени и развивающихся технологий, государственные ведомства гарантируют подотчетность обществу и возможность доступа общественности к информации об их работе.

4. Органы власти должны гарантировать распространение, размножение и перераспределение общественно значимой информации. Любое ограничение распространения или любое другое действие в отношении общественно значимой информации должно быть строго определено законом.

5. Общественность имеет право доступа к общественно значимой информации. Государственные ведомства должны гарантировать открытый, своевременный и беспрепятственный доступ к общественно значимой информации. Гражданам должна быть предоставлена возможность доступа к общественно значимой информации независимо от формы ее хранения, без специальной подготовки или опыта.

6. Органы власти должны обеспечить широкое разнообразие источников доступа, как частных, так и государственных, к общественно значимой информации. Несмотря на то, что источники доступа могут видоизменяться со временем и в связи с развитием технологий, государственные ведомства имеют обязательство перед обществом поощрять их разнообразие.

7. Органы власти не должны допускать, чтобы стоимость предоставления допуска граждан к общественно значимой информации. Стоимость создания, сбора и обработки информации в собственных целях правительства не должна перекладываться на граждан, которые хотят пользоваться общественно значимой информацией.

8. Органы власти должны обеспечить легкий доступ к информации относительно правительственной информации в едином указателе с возможностью доступа к нему в различных регионах. Правительственный указатель общественно значимой информации должен существовать в каждом государственном ведомстве наряду с самими информационными материалами.

9. Органы власти должны гарантировать доступ граждан к общественно значимой информации независимо от места их проживания и работы, через национальные сети и программы типа программы депозитарных библиотек. Государственные ведомства должны периодически пересматривать подобные программы, а также используемые технологии для того, чтобы обеспечить такое положение, при котором доступ к общественно значимой информации оставался бы недорогим и удобным для общественности.

10. Органы власти должны соблюдать конфиденциальность лиц, пользующихся или запрашивающих информацию, а также соблюдать право невмешательства в частную жизнь в отношении лиц, информация о которых имеется в правительственной документации.

11. Мы поддерживаем всеобщее право человека быть полностью информированным, право, которое требует свободного распространения информации и мнений. Мы категорически возражаем против какого бы то ни было посягательства на это основное право. Мы считаем, что ограничения в отношении распространения новостей и информации противоречат интересам международного понимания, означают нарушение Всеобщей декларации прав человека, Устава ЮНЕСКО и Заключительного акта совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе и не совместимы с Уставом ООН. Мы утверждаем, что свободный доступ людей и печати ко всем официальным и неофициальным источникам информации должен быть гарантирован и расширен. Отказ в свободе печати означает отказ в свободе личности вообще.

12. Мы считаем, что в любом обществе существование множества независимых средств массовой информации больше всего

отвечает его интересам. В тех случаях, когда по какой-то причине в регионе нет большого числа независимых средств массовой информации, существующие информационные каналы должны отражать разные точки зрения.

13. Доступ журналистов к различным источникам новостей и мнений — официальным и неофициальным — не должен подвергаться никаким ограничениям. Этот доступ неотделим от доступа людей к информации. Мы считаем также, что не должно быть никакой цензуры над печатью, какие бы формы произвольного контроля над информацией и общественным мнением она ни принимала. Право людей на доступ к новостям и информации не должно ущемляться. Во всех законах и решениях, относящихся к праву получения информации, в первую очередь необходимо учитывать общественный интерес к получению этой информации.

14. Органы власти обязаны принять соответствующие меры для обеспечения права на получение информации. Эти меры должны предусматривать, чтобы властные структуры в случае отказа от предоставления информации указывали причину в письменном виде в разумно короткое время, а также предоставляли право рассмотрения обоснованности и законности отказа независимым органам, в том числе юридическое рассмотрение в том или ином виде.

15. Каждое ограничение свободы самовыражения или информации должно быть предписано законом. Закон должен быть общедоступным, определенным, конкретным и ясным, с тем чтобы позволить каждому отдельному лицу предвидеть, является ли то или иное действие противоправным. Закон должен предусматривать адекватные гарантии против нарушения его требований, в том числе оперативное, полное и эффективное юридическое рассмотрение обоснованности ограничения независимым судом или органом правосудия.

16. Каждый имеет право получать информацию от властных структур, в том числе информацию, относящуюся к государственной безопасности. Любые ограничения этого права под предлогом национальной безопасности не могут вводиться, если только правительство не продемонстрирует, что такое ограничение предписано законом и необходимо в демократическом обществе для защиты законных интересов национальной безопасности.

1.2. Проблема достоверности информации в журналистском дискурсе

Один из важнейших аспектов информационной безопасности аудитории — достоверность сообщений СМИ. Достоверность журналистских текстов обеспечивает целый ряд дискурсивных практик.

Журналистика относится к разряду профессий, этические основы которых закрепляются особыми документами как корпоративного, так и государственного уровня. Разумеется, ни один из этих документов не будет призывать журналиста ко лжи, все они будут настаивать на его обязанности поставлять обществу достоверную информацию. Так, статья 49 Закона РФ «О средствах массовой информации» требует от журналиста «проверять достоверность сообщаемой им информации». Первый пункт Декларации принципов поведения журналистов, принятой Международной федерацией журналистов, гласит: «Уважение правды и права общества на правду — первоочередной долг журналиста».

Однако журналистика сегодня стала массовой профессией, в результате чего можно допустить, что в нее приходят люди, по природе или по воспитанию своему не очень правдивые, не слишком ответственные и не чересчур трудолюбивые. Не слишком тщательно проверить сведения, присочинить недостающее, не докопаться до сути и в результате исказить информацию — на это кое-кто из десятков тысяч журналистов, конечно, способен. Однако в данной работе, мягко скажем, неправдивость как личное свойство человека журналистской профессии нас интересовать не будет.

Наша цель — рассмотреть, какие ситуации и какие существенные свойства СМИ заставляют журналиста отклоняться от истины. Как отмечается в одном из исследований, средства массовой информации «занимают особую позицию в отношении лжи и обмана. С одной стороны, именно СМИ зачастую являют собой единственную возможность для граждан страны узнать правду о продажных политиках и нечистоплотных бизнесменах, а с другой — именно

через газеты и телевидение в сознание людей проникает заранее сфабрикованная ложь»¹.

Определимся с тем, что вообще можно считать отклонением от истины. Наше высказывание — это средство передать адресату некую информацию. В плане наших рассуждений возникает вопрос: что это за информация, соответствует ли она тому, что говорящий думает, а также соответствует ли она реальному положению дел? Вмешивается в ситуацию еще и количественный аспект: насколько, в какой степени сообщаемая информация соответствует мыслям говорящего и реальной действительности? А есть еще телеологический аспект: если информация не соответствует мысли говорящего или положению дел, какова цель говорящего, когда он передает высказывание?

Комбинация всех этих «ли», «насколько» и «зачем» может быть различной. Например, полное несоответствие содержания высказывания мысли говорящего и положению дел при цели извлечь выгоду из искажения истины мы называем ложью, а при несоответствии действительности, но при полном согласии с мыслями говорящего мы получаем высказывание, отражающее добросовестное заблуждение автора. Ложь во спасение, искренность, правдивость, умолчание — все это качества высказывания, возникающие за счет различных сочетаний перечисленных выше параметров².

Журналист обстоятельствами своей деятельности ставится в условия, вынуждающие его пользоваться разными комбинациями, назовем условно, «факторами отклонения от истины». «Люди часто считают, — замечает Р. Харрис, — что СМИ служат тому, чтобы отражать окружающий нас мир. <...> Однако существуют и иные взгляды на массовую коммуникацию. <...> Скорее, они конструируют мир, который затем становится реальностью для потребителя»³.

¹ Щербатых Ю. В. Искусство обмана : популяр. энцикл. М., 2007. С. 578—579.

² Ср.: Шатуновский И. Б. «Правда», «истина», «искренность», «правильность» и «ложь» как показатели соответствия/несоответствия содержания предложения мысли и действительности // Логический анализ языка. Культурные концепты. М., 1991. С. 31, 37.

³ Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002. С. 74.

Нельзя объять необъятное. Никакое издание не может вместить в себя информацию обо всех событиях, происходящих не только в мире, но даже и в его собственной стране или лишь в одном ее регионе. Отбор информации — совершенно естественная черта любого средства массовой информации. Тогда встает вопрос: кто и по каким принципам осуществляет отбор и как относится к этому выбору журналист? В рамках рассматриваемой проблемы можно выделить разные ситуации в зависимости от того, склонно ли само издание искажать истину, и от того, как к этому относится журналист.

Внешняя цензура, партийная ориентированность издания, конкретные исторические условия (война, выборная кампания), воля владельца СМИ, учет ожиданий аудитории, требования рекламодателя и еще масса причин могут повлиять на степень искажения реальных пропорций в картине действительности, которую издание рисует для своего адресата. Журналист может участвовать в этом искажении осознанно или неосознанно, с готовностью или против своей воли. Переплетение всех этих обстоятельств и создает разные ситуации, толкающие журналиста на отклонение от истины.

Таким образом, абстрактное требование достоверности информации и установка на честность журналиста — это идеал, который в действительности подвергается нескончаемой проверке на прочность.

На наш взгляд, в современной России наибольшее давление на автора текста возникает в условиях складывания новой профессии — специалиста по паблик рилейшнз. Как это часто бывает, в новую область деятельности приходят люди из некоей близкой среды (так в космонавтику на первых порах шли летчики). Сегодня, когда существуют уже школы и факультеты по подготовке пиарщиков, все-таки еще нередко в роли создателей пиар-текстов выступают журналисты, которые, как показывает наш опыт, порой даже не осознают, что для них произошла смена профессии.

Самочувствие журналистов в подобных ситуациях описывает Р. Харрис. Анализируя поведение прессы в период войны в Персидском заливе (начало 1991 г.), он отмечает, что была установлена жесткая цензура, по отношению к которой американские СМИ «от-

личались крайней уступчивостью, даже подбострастием. <...> Они постоянно восхищались технологическими чудесами новых видов оружия, не особенно сомневаясь в точности попаданий по военным объектам и говоря лишь о незначительных несчастных случаях среди мирного населения (побочный ущерб, как это эвфемистически называли). Спустя несколько лет после окончания войны обнаружилось, что американские ракеты обладали гораздо меньшей точностью, чем писали и говорили в период военных действий. <...> Нигде не упоминалось и о том, что военные США применяли вакуумные бомбы и белый фосфор»⁴. Таким образом, «отклонение от истины» налицо. Каково было личностное отношение журналистов к этому? Некритическое отражение войны в прессе Р. Харрис объясняет, во-первых, тем, что «журналисты, вероятно, сами сочувствовали усилиям коалиции»⁵. Во-вторых, они помнили, что поражение в войне с Вьетнамом в США объясняли «слишком свободным доступом прессы», поэтому «журналисты, видимо, не желали, чтобы их называли непатриотичными»⁶, тем более что выступления независимых журналистов аудитория прямо оценивала как предательство⁷. Учитывая все сказанное, можно предположить, что тексты таких авторов демонстрировали частично искреннее заблуждение, частично умолчание. Не исключено, что присутствовала в публикациях и прямая, даже циничная ложь, ведь не секрет, что, помимо официальных, журналисты имеют собственные неофициальные источники информации, так что истинное положение дел хотя бы небольшой части журналистов было, наверное, прекрасно известно.

Подобные настроения журналистского корпуса можно наблюдать и в других, отнюдь не трагических ситуациях. Любое внешнее ограничение информации и оценок, любое навязывание тем и целей может обернуться и искренним заблуждением, и неискренностью, т. е. сокрытием своего истинного мнения, и циничной ложью. Стремление быть правдивым часто оказывается небезопасным.

⁴ Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. С. 248—249.

⁵ Там же. С. 249.

⁶ Там же.

⁷ См.: Там же. С. 250.

Напомним, что в России неоднократные упреки в предательстве получала журналист «Новой газеты» Анна Политковская за публикацию текстов, в которых содержалась резкая критика действий российских военных в Чечне. Убийство Политковской в 2006 г. на сегодня так и осталось нераскрытым.

Рассмотрим подробнее некоторые факторы, влияющие на практики журналистов относительно достоверности информации.

1.2.1. Сфера политики

Сфера политики — одна из сфер, подвергающих честность человека жестоким испытаниям. Так называемая представительная демократия породила «класс политических профессионалов, которые, как мы вправе подозревать, не меньше бывших социалистических функционеров и чиновников склонны злоупотреблять нашим доверием и решать свои проблемы за наш счет»⁸. В нашей стране сам закон не содействует принципиальности и честности политика. Поскольку конституцией не предусмотрен парламентский контроль (с должными санкциями) за исполнительной властью, парламент «не может повлиять на ситуацию ни с коррупцией, ни со злоупотреблениями властью, ни с подзаконными актами. <...> Корпус народных избранников все больше напоминает конгломерат ставленников администраций и посланцев олигархов»⁹.

СМИ, вовлекаемые в эту сферу, вряд ли могут сохранить нетронутой белизну своих одежд. Например, предвыборная кампания и выборы — это время, когда человек, работающий в СМИ, захлебывается политикой независимо от издания.

Мы обращаемся к периоду за несколько месяцев до думских и президентских выборов конца 2007 — начала 2008 г. Политические силы уже начали готовить почву для будущих обещаний и обличений, начали отрабатывать тактику сглаживания, маскировки острых углов. Наши многолетние наблюдения за предвыборными

⁸ Панарин А. С. Политология. М., 2002. С. 80.

⁹ Мошкин С. В. Парламентаризм в России: дискурс конституционного дизайна // Многообразие политического дискурса. Екатеринбург, 2004. С. 205, 214.

кампаниями показывают, что их участники эксплуатируют одни и те же темы: невысокие зарплаты, нищенские пенсии, платные медицина и образование, жилищный вопрос. Подготовка к названным кампаниям не продемонстрировала ничего нового. Острые вопросы ставились всеми, а подробности, неудобные данному участнику предвыборной борьбы, замалчивались. Покажем эту технику на нашем материале.

«Российская газета — Неделя» за 1—7 июня 2007 г. на первой полосе дает анонс «С какими пенсиями уходят на заслуженный отдых в разных странах мира (с. 20)». Но читателю еще рано отправляться на двадцатую страницу номера. На странице 3 его ждет второй анонс: «“Пенсионная кругосветка” — так называется материал об опыте разных стран по обеспечению достойной старости своих граждан (см. с. 20—21)». Здесь же публикуется анкетное интервью, в котором несколько известных людей отвечают на вопрос «А вам хватает пенсии?» Общий смысл их ответов: пенсия маленькая, но если работать, то прожить можно. Таким образом, газета не пытается успокоить читателей и внушить им, что все, мол, хорошо, прекрасная маркиза. Тогда как же подбирается и подается материал, касающийся стран, которые мы привыкли называть цивилизованными (к рассказу о пенсионном обеспечении привлечены США, Англия, Испания, Италия, Швеция, Израиль, Япония, Венгрия, а вовсе не страны Африки)? Общий смысл всех сообщений можно сформулировать словами из популярного когда-то телесериала: «Богатые тоже плачут». В каждой бочке меда отыскивается ложка дегтя. Особенно показательны следующие приемы.

Первый связан с обыгрыванием стереотипа. Известно, что теми же СМИ создан стереотип «пенсионера-путешественника». В публикации «Пенсионная кругосветка» его никак нельзя обойти. Обсуждается он так. Прежде всего дважды отрицается. Венгерский пенсионер говорит: *На жительство денег в принципе сейчас хватает...* Но, скажем, путешествовать по миру венгерскому пенсионеру в массе своей не по силам, хотя бесплатный авиабилет в любую страну Европы раз в год ему полагается по закону. Как видим, венгерского пенсионера есть за что и пожалеть: бесплатно до Лондона, конечно, добраться можно, а вот до Чикаго — увы! Во второй раз стереотип

всплывает в рассказе о Великобритании: *Случись некоему средне-статистическому британцу услышать бытующую в России байку о том, что на Западе пенсионеры якобы только и делают, что разъезжают по курортам, его бы наверняка возмутила столь далекая от правды «кляква»*. Не может не обратить на себя внимание насыщенность этого небольшого фрагмента средствами отрицания (*байка, якобы, столь далекая от правды, кляква*). И только после этого стереотип признается, хотя и в урезанном виде: *Основной смысл персональных накоплений для работающих американцев — это открытие после выхода на пенсию собственного бизнеса, возможность путешествовать и развлекаться. Поэтому неудивительно, что американские пенсионеры являются заядлыми путешественниками*. Знаменательно здесь то, что стереотип путешествующего пенсионера связывается с персональными накоплениями, хотя глава о пенсионном положении в США называется «При желании можно получать три пенсии». Автор рассказывает о пенсии государственной, пенсии корпоративной, когда *работодатель и работник платят в пенсионный фонд в равных долях*, и пенсии, индивидуально накопленной человеком. Так вот, если вдуматься, то нашему читателю сообщается: путешествует американец вовсе не на государственную и даже не на корпоративную пенсию — он путешествует на свои личные деньги, хотя при желании можно бы поинтересоваться: что же, на корпоративную или государственную пенсию запрещено путешествовать? Таким образом, путешествующий пенсионер вроде бы есть, а вроде бы его и нет, такими оговорками обставлен этот стереотип в тексте. Подобная уклончивость, нечеткость образа, даже, может быть, чуть-чуть передергивание фактов — из области отклонения от истины.

Второй прием — игра с цифрами: иностранные пенсии представлены в долларах, например: 51 тысяча иен — 425 долларов; 6,5 тысячи шекелей — более 1,5 тыс. долларов; базовая госпенсия Великобритании — 170 долларов в неделю и т. д. При этом размер нашей пенсии в долларах нигде не фигурирует (100 долларов в месяц вряд ли приятно видеть в столь уважаемой газете). Зато вот венгерская пенсия представлена в рублях: *Минимальная же пенсия в Венгрии, где размер ВВП в перерасчете на каждого жителя срав-*

ним с уровнем России, — 3500 рублей. При этом не делается самого главного — не представлена покупательная способность пенсии в сопоставлении, например, с ценой на хлеб, сахар, проезд в трамвае. Поэтому сравнить 3500 рублей в Венгрии и 3500 рублей в России невозможно. Тем более что не фиксируется разный статус этой суммы в двух странах: в Венгрии это минимальная пенсия, а в России — средняя.

Это сглаживание различий дополняется третьим приемом — уже указанным совмещением плюсов и минусов, что видно даже по заголовкам. Например, главка о «пенсионной» Италии названа «Как свести концы с концами» (хотя в конце говорится: *На среднюю же пенсию в 1200—1300 евро прожить можно*). В заголовках фиксируются разные сложности индивидуального и коллективного накопления пенсионных средств: «Береги пенсию смолоду» (о Великобритании), «Солидарность поколений дала трещину» (о Швеции), «Кнут и пряник для неплательщика» (о Японии).

Таким образом, рассмотренная публикация в целом внушает читателю мысль, что пенсия — вещь сложная, на сто процентов положительной быть не может и даже в самых-самых замечательных странах старику в его пенсионном шалаше далеко не рай, а дальше нетрудно примыслить продолжение: у нас, конечно, положение похуже, но никакой катастрофы нет, и, быть может, в будущем вообще все наладится. Эта славная картина творится из железобетонного массива подлинных фактов и шепотки крошечных неясностей, недоговоренностей и умолчаний, т. е. с помощью самой распространенной техники формирования повестки дня и информационной картины мира вообще.

То, что так мягко представлено в описанной публикации, в предвыборной кампании делается открыто и навязчиво. Рассмотрим публикации в информационных бюллетенях нескольких партий, участвовавших в выборах в Свердловскую областную думу 8 октября 2006 г.

Предвыборное издание «За Российскую партию жизни» рассказывает о происшествии в Екатеринбурге: 4 сентября, т. е. примерно за месяц до выборов, рухнула почти построенная эстакада дорожной развязки. В тот же день на одном из местных телеканалов

(«4 канал», «Стенд» с Евгением Ениным) выступил мэр Екатеринбургa Аркадий Чернецкий, который рассказал о крушении, назвал сумму убытков (500 миллионов рублей, которая, правда, через две недели сократилась до двухсот миллионов, но у нас другая тема), пообещал все восстановить и найти виновных. Ни о каких партиях, ни о какой политике не было и речи. И вот в партийном издании сообщается, что возглавляющий партийный список Партии жизни Евгений Ройзман как депутат Госдумы РФ «направил протокольное поручение Комитету Госдумы по промышленности, строительству и наукоемким технологиям» с просьбой разобраться в причинах аварии. Автор этой заметки заканчивает ее так: *Напомним, что данный мост строился под патронажем «Единой России», о чем ее члены любили рассказывать в своей агитпродукции.* Что за таинственный «патронаж»? Каким образом российская партия патронирует городскую стройку? Все это остается за кадром, да и существовал ли этот патронаж там, за кадром? Неясность изображаемой ситуации позволяет пишущему критиковать противника.

Информационный бюллетень Свердловского регионального отделения партии «Яблоко» «Правда о власти» (2006, 7 июля) рассказывает туманную историю об адвокате Трепашкине:

Некогда сотрудник ФСБ, а ныне адвокат Трепашкин уже несколько лет преследуется властями за то, что разоблачает темные дела спецслужб. Впервые он открыто вступил в конфликт с начальством в ноябре 1998 года, когда он и несколько его коллег во главе с подполковником Александром Литвиненко заявили, что руководство ФСБ поручило им убийство Бориса Березовского. После ухода из органов безопасности Трепашкин занялся адвокатской практикой и работой по расследованию взрывов жилых домов в Москве в 1999 году. Адвокат был арестован спустя месяц после того, как были опубликованы его обвинения в причастности ФСБ к терактам осени 1999 года.

Если учесть, что произошло с Александром Литвиненко несколькими месяцами позже (ноябрь 2006 г.), можно отчетливо увидеть, насколько неясна история о заключении адвоката, о скольких деталях умалчивает автор.

Газета профсоюза ПРОФИ «Профессионал» интересно представляет читателю лидеров объединения демократических сил Прикамья (декабрь 2006):

Депутат Госдумы России, лидер стачкома Пенсионной забастовки, руководитель ПРОФИ Антон Баков возглавил объединенный штаб демократических сил Прикамья, объединив девять политических партий и движений, среди которых СПС, «Яблоко», Комитет солдатских матерей, экологи, чернобыльцы, правозащитники. Предвыборный список возглавил молодой, но очень талантливый пермяк Никита Белых. До этого Белых уже вошел в историю своего края как человек, вышедший в отставку с поста вице-губернатора в знак протеста против античеловеческой политики «Единой России».

С целым шлейфом регалий Антон Баков — и скромный пермяк Никита Белых, сопровождаемый лишь забавным алогизмом *молодой, но очень талантливый*, как будто молодость — помеха таланту, качеству врожденному. А ведь этот *молодой, но талантливый пермяк* — на тот момент был лидером СПС, о чем газета скромно умалчивает.

Таким образом, предвыборная агитация предрасполагает пишущего к различным способам обхода истины: умолчания; нарочитая, по всей вероятности, неясность изложения. (Мы не рассматриваем обещания кандидатов, представляющие зачастую циничную ложь, поскольку этот продукт нельзя отнести к журналистскому творчеству.)

Работа над достоверностью текста — и в практиках сбора и проверки информации, и в практиках собственно создания журналистских произведений — связана также с типами изданий.

1.2.2. Корпоративная пресса

Корпоративная пресса — это издания, своим существованием обязанные той или иной корпорации, обслуживающие интересы данной корпорации, в том числе и в области отношений ее с собственными сотрудниками и с обществом¹⁰. Область отношений

¹⁰ См.: Чемякин Ю. В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006. С. 5—6.

корпорации с сотрудниками и обществом — это область, в которой активно функционирует, как еще в 1940 г. обозначил это явление Т. Парсонс, «мотивация экономической деятельности»¹¹. Корпорация — это институциональная структура, которая вырабатывает нормы институционального поведения (в том числе экономического) как внутри института, так и вне его (корпорация — общество). Выработка таких норм имеет большое значение для жизни социума в целом. Как указывает Т. Парсонс, «эгоистический интерес типичного индивида в целом обуздан необходимостью поддерживать институциональный кодекс, который господствует в его профессиональной среде»¹². Таким образом, корпорация формирует культуру в широком смысле экономических отношений, которые строятся не на стяжательстве, а на отношениях взаимного уважения и самоуважения ее членов, что возможно лишь тогда, когда все ведут себя «конформно по отношению к институциональной модели» с ее нормами¹³.

Современные исследования корпоративной культуры фиксируют то же стремление корпорации выработать «относительно унифицированные методы неэкономической мотивации и стимуляции потенциала работников, их инкорпорированности в механизм управления, а также передачи ответственности на максимально низкий уровень персонала»¹⁴. Так проявляется «новая корпоративная философия с ценностями “общей судьбы”»¹⁵.

Современная корпорация должна ориентироваться на политику соучастия: это и внимание к социальным нуждам работников, и привлечение их к управленческому процессу, и создание условий для реализации творческого потенциала коллектива. Для решения всех этих задач немалое значение имеет корпоративная пресса, которая призвана объяснить и сотрудникам фирмы, и общественности

¹¹ Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000. С. 329.

¹² Там же. С. 347.

¹³ Там же. С. 344.

¹⁴ Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура: теория и практика. М., 2005. С. 114.

¹⁵ Там же. С. 115.

цели и методы деятельности корпорации, ее достижения, взаимодействие с партнерами, социальную политику и т. п.

Для понимания психологии человека, работающего в этой сфере, обратимся к понятию менеджеровского мышления, обсуждаемому в книге П. Экмана «Психология лжи». Автор рассматривает поведение менеджера NASA Лоуренса Маллоя, который посоветовал инженеру Бобу Ланду мыслить как менеджер, а не как инженер, когда встал вопрос о безопасности запуска космического челнока «Челленджер». П. Экман продолжает:

Лауреат Нобелевской премии физик Ричард Фейнман, бывший членом президентской комиссии, расследовавшей катастрофу «Челленджера», так охарактеризовал тип «менеджеровского» мышления, которое оказало влияние на Маллоя: «После завершения программы исследования Луны... необходимо было убедить конгресс в том, что существует проект, который может осуществить только NASA. Для этого было необходимо — во всяком случае тогда было явно необходимо — преувеличить: преувеличить экономичность челнока, преувеличить частоту его полетов, преувеличить безопасность, преувеличить великие научные открытия, которые будут сделаны». Журнал «Newsweek» писал: «В каком-то смысле NASA стал жертвой им же самим созданной шумихи, поведя дело так, будто космический полет такое же обычное дело, как поездка на автобусе»¹⁶.

Вот это «менеджеровское мышление» прививается и корпоративной прессе, цель которой описывается так: «создать у сотрудника впечатление принадлежности к фирме, почитающей свои давние (сохранившиеся еще с советских времен) традиции. <...> Пропагандируется гордость за свое предприятие... <...> ...производственная тематика — это, образно говоря, нацеленность на будущий успех предприятия»¹⁷.

Интересно то, что подобная настроенность не противоречит ожиданиям аудитории. Один из исследователей корпоративной прессы пишет:

¹⁶ Экман П. Психология лжи. СПб., 1999. С. 221.

¹⁷ Пономарева Т. В. Корпоративная пресса промышленного города (на примере г. Первоуральска) // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития. Екатеринбург, 2006. С. 52.

Рядовому заводчанину, как показал проведенный мною опрос, не так важно публичное расписание слабых звеньев, как душевное, теплое настроение. Работники предприятия видят свободу творчества в возможности поздравить коллег на страницах газеты, почитать стихи соседей по отделу, высказаться о наболевшем (лучше бы анонимно), переписать полезный рецепт... [Газета ввела] ...рубрику, в которой можно было анонимно задавать любые интересующие работников вопросы любому из начальников. Но после того как кто-то спросил, какова зарплата у одного из замов директора, рубрику пришлось закрыть¹⁸.

Наш материал вполне подтверждает все эти наблюдения. Корпоративная пресса в основном ориентируется на констатирующие, а не на аналитические жанры: описываются состояние дел, планы корпорации, социальные мероприятия, даются портреты работающих в корпорации людей — все это, естественно, с положительной оценкой, поскольку пиаровский характер корпоративной прессы трудно отрицать, а пиар-тексты нацелены на создание положительного имиджа объекта. Этика пиара «корпоративна, «командна»... <...> ...его идеология и философия сосредоточены в руках «топ-фигур», не всегда известных широким массам. Пиар можно было бы назвать «идеологией-невидимкой», ибо его стратегия и ориентация на некие цели не всегда «прозрачна» для общества и даже для тех, кто в нем непосредственно участвует»¹⁹.

Этот пиаровский эффект достигается, по нашим наблюдениям, в первую очередь за счет тактики умолчания. Как бы ни была успешна работа предприятия, все равно случаются неудачи, возникают трудности. Но ничего этого почти нет в корпоративных изданиях, хотя обсуждение сложных моментов деятельности коллектива в прессе помогает предотвратить конфликтные ситуации, поскольку устраняется положение, когда сотрудниками «обсуждается один круг вопросов и проблем, а в печати представлено совершенно

¹⁸ Морозова Н. Возможна ли свобода творчества в корпоративном СМИ? // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития. С. 93.

¹⁹ Мальковская И. А. Знак коммуникации : дискурсивные матрицы. М., 2005. С. 166.

иное»²⁰. В основном, как показывает наш материал, корпоративные издания рисуют картину, которую можно назвать «Наш с вами прекрасный мир».

У изображаемых миров разные пространства. «Речник Иртыша» в одной из публикаций прямо противопоставляет «свой уголок» «большому миру» (противопоставление не враждебное, просто фрагмент показателен тем, что пространство «своего мира» ощутимо. Граматику и пунктуацию не правим): *Радуюсь аномально теплоте для наших сибирских мест ноябрю, казалось, зима и вовсе забыла о нас. По телевизору давно уже показывали Сахалин и Москву, Иркутск и Красноярск, заваленные снегом, а мы все еще наслаждаемся плюсовыми температурами. И вдруг — на тебе. Зима, как всегда пришла неожиданно* (2006, 7 дек.). А омский «Мостовик» подчеркнуто рисует просторы, на которых осуществляется деятельность объединения. Например, в рубрике «Новости» на первой полосе (2006, № 16): *проектно-изыскательские работы по реконструкции моста на Тагринско-Бахиловском месторождении; строительство моста через реку Катунь в Республике Горный Алтай; строительство путепровода в г. Тобольске; проходка тоннеля коллектора ливневой канализации протяженностью 1200 м по ул. Мельникайте в Тюмени.*

Пространство у текстов разное, но вот время организовано одинаково: трудности в прошлом, успехи в настоящем и замечательные достижения в будущем.

1.2.2.1. План настоящего

Для констатации успехов в настоящем используются средства, лексические или грамматические, передающие смысл «достижение результата» (по контексту — положительного).

В том же номере «Речника Иртыша»: *«Иртышское пароходство» награждено Международной премией «Лидер экономического развития России»; затон Омского ССРЗ, дежурный теплоход*

²⁰ Быков А. Ю. Американская корпоративная пресса: от традиционного PR к корпоративной журналистике // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития. С. 41.

ОТА-970 в навигацию «блестяще справился» со сложной задачей «перевоза крупногабаритных объектов — большого дока и плавкрана с правобережного затона в левобережный»; Омский филиал Новосибирской государственной академии водного транспорта торжественно отметил 50-летие первого набора; первыми выпускниками «гордится весь иртышский флот». Не упускается из виду и социальная сфера (стиль оставляем без изменения): Дружная большая семья Османовых в наше время — редкость. Надежда Владимировна и Наиль Равильевич воспитывают пятерых детей: троих сыновей и двух дочерей. Месяц назад в их дом пришло давно ожидаемое событие — они получили квартиру.

Ничуть не отстает и уже цитированный «Мостовик»: станция «Заречная» и старица Иртыша — *окончание работ по сооружению 391-метрового тоннеля — еще один важный шаг к реализации проекта метро в Омске; Москва — возобновлена проходка тоннеля кабельного коллектора по ул. Страмынка; р. Тавда в Тюменской области — завершено сооружение первой и третьей опор моста; Астана — состоялось открытие арочно-вантового моста М-1 через Ишим; Омск — СМУ № 6 завершило реконструкцию двух участков Иртышской набережной; и т. д.*

Таким образом, «свой мир» изображен как совокупность точек, в каждой из которых сегодня происходит нечто положительное.

В оценочном поле текстов преобладают два мотива — «рост» и «новое».

Глагол *расти* употребляется в значении «увеличиваться количественно, в размерах, в объеме» (МАС, III, с. 673) и при этом приобретает положительную оценочность в сочетании со словами, называющими положительно оцениваемые явления (то же самое относится к существительному *рост*). Тот же смысл и в тех же условиях передается словами *увеличивать, увеличиваться, увеличение, приумножение* и под.: *Отрадно, что при динамичном увеличении общего объема выпуска стабильно растет доля объема товарной продукции глубокой переработки* (Металлург, 2006, 6 апр.; Каменск-Уральский, Свердлов. обл.); *Рост производительности труда составил 2,7 процента; в III квартале все производственные подразделения комбината отработали стабильно, что в конечном итоге*

позволило *увеличить* производство черной меди на 2,5 процента (16,7 тыс. тонн) (УГМК-холдинг; Вести, 2005, № 50); *План по прибыли от продаж перевыполнен в 2,2 раза* (УГМК-холдинг; Вести, 2005, № 50); *В уходящем году на заводе развернулся настоящий строительный и ремонтный бум* (Новости Ревдинского кирпичного завода, 2005, 1 дек.; Свердлов. обл.).

Глагол *расти* реализует и значение «совершенствоваться, развиваться», где позитивная оценочность включена в семантику слова (то же касается существительного *рост*): *Делать все, чтобы завод развивался и рос* (Профессионал, 2005, № 4; Верхняя Пышма, Свердлов. обл.); *ОАО «КУМЗ». На предприятии подведены итоги выполнения производственной программы за март и первый квартал 2006 года. Основные показатели говорят об устойчивой динамике роста* (Металлург, 2006, 6 апр.).

Отметим, что как положительное явление оценивается стабильность — отсутствие роста, но и отсутствие провалов: *Положительные результаты работы цеха достигнуты благодаря стабильному обеспечению заказами. Положительно сказалась и организация ритмичной работы оборудования, снижение внеплановых простоев* (УГМК-холдинг; Вести, 2005, № 48).

Смысл «новое» содержится уже в значении слов *развиваться, расти*, однако публикации и прямо фиксируют, что корпорация создает что-то новое или использует новые средства для осуществления своей деятельности: *Для Гайского ГОКа такая технология является новой* (Горняцкая округа, 2005, 16 марта; Гай, Самар. обл.); *В планах Водоканала — строительство нового блока очистки воды* (Водоканал Новости, 2005, № 1; Санкт-Петербург).

Смысл «обновление, совершенствование» передается словами, обозначающими процессы и действия, приводящие к перестройке, переделке чего-либо: *В ходе реконструкции внедрена принципиально новая технология подачи флотохвостов (техногенные отходы, образующиеся после обогащения руды) с обогатительной фабрики на складочный комплекс* (Металлист, 2005, 10 дек.; Кольчугино, Владимир. обл.).

Привлекаются и прямые номинации положительной оценки. Например, на первой странице газеты «Водоканал Новости» (2004,

№ 11; Санкт-Петербург) помещен заголовок «Водоканал — Хорошие новости», в зачине эта формулировка повторена: *Ноябрь получился праздничным. И номер этот вполне можно было озаглавить «Водоканал — Хорошие новости»*. В тексте публикации еще один повтор: *Хорошие вести ждут сотрудников Водоканала и членов их семей*. Газета «Наш факел» (2005, 15 дек.; В. Пышма, Свердлов. обл.) открывается публикацией «Н. А. Артамонов: “Об успехах говорить приятно”» (Н. А. Артамонов, начальник энергоцеха, рассказывает об успешной работе цеха в связи с приближением профессионального праздника: 28 декабря — День энергетика).

Иногда газеты констатируют какие-то отрицательные моменты. В заметке «Итоги января» газета «За победу!» (2006, № 3; Екатеринбург) фиксируется: *Отставание допущено по следующей номенклатуре: трамвайных вагонов... запчастей железнодорожной тематики; В целом по заводу план месяца выполнен на 68,4 %; По оперативным данным планово-экономического отдела, программа объема производства промышленной продукции за январь выполнена на 43,2 %*. Однако эти отрицательные сведения чередуются с положительными: сказано о невыполнении плана (43,2 %), а в следующем абзаце сообщается: *План по реализации промышленной продукции выполнен на 104,7 %*. Прежде чем сказать о том, по какой номенклатуре допущено отставание, говорится, что по выпуску запасных частей к трамваю программа как раз выполнена. Так что впечатления провала не создается, тем более что ниже помещена заметка «Сдадим в срок» о том, что будет выполнен заказ ООО «Уралмаш-МО». Будущее вообще для корпоративной прессы время успехов и достижений.

1.2.2.2. План будущего

С планом будущего связаны смыслы «обновление», «реализация планов», «успех». Пресса поэтому часто строит прогнозы, всегда оптимистичные. Например, газета «Энергетик Урала» (2006, № 7; Екатеринбург) дает заголовок «С новой турбиной к светлому будущему». Газета «Мостовик» (2006, № 16; Омск) точно так же связывает новое и оптимистический прогноз: *Для участка микротоннелирования этот объект знаменателен тем, что в строитель-*

*стве будет использован **новый немецкий проходческий комплекс «Herrenknecht» AVN3000.** <...> У наших операторов и механиков появится отличный шанс приобрести **новый, весьма ценный опыт.***

1.2.2.3. План прошлого

Корпоративная пресса и прошлое не склонна драматизировать. Никаких ужасов прежнего существования она не рисует. Уже упоминавшийся теплоход на Иртыше и в прошлом трудился на славу: *По давно заведенной традиции этот теплоход самым первым (а когда был ледокол, вторым — после него) начинал работу в затоне и самым последним заканчивал* (Речник Иртыша, 2006, 7 дек.). Мостостроители тоже не бедствовали: *Последние несколько лет наш трудовой коллектив стремительно растет* (Мостовик, 2006, № 16; Омск).

Таким образом, можно сказать, что тенденциозность отбора фактов для формирования картины «своего мира» очевидна, поэтому представления об истинном положении дел на данном предприятии или в данной организации читатель получить не может.

1.2.3. Местная пресса

Склонны к умолчанию и местные СМИ разных уровней. Конечно, есть проблемы, которые не обойдешь. Например, перед отопительным сезоном непременно заводится разговор о долгах, о плохом состоянии отопительных систем, причем такие разговоры напоминают ритуал, потому что время идет, а положение дел ни с трубами, ни с финансами, ни с разговорами не меняется. В остальном — картина дня просто замечательная. Рассмотрим муниципальную газету «Вести. Центральный округ» (2006, № 11/12; Омск) и «Областную газету» (2007, 16 июня; Екатеринбург).

В «Вестях» одна публикация посвящена проблемам ЖКХ — «Главный вопрос — подготовка к зиме», где отмечены: *отставание от графика сдачи систем отопления теплоснабжающим предприятиям по узлам и домам в целом; задолженность перед теплоснабжающими предприятиями в 2,7 миллиона рублей; тревожная*

ситуация и в ведомственном жилье. В остальном жизнь Центрального округа прекрасна: грядет очередной месячник по благоустройству и озеленению города, а в них жители проявляют больше инициативы; учителя округа — лучшие в регионе; двор дома № 208-А по улице Сазонова занял первое место в конкурсе «Флора — 2006»; Союз пенсионеров Центрального административного округа занял первое место в конкурсе «Все остается людям!» (пенсионеры демонстрировали всевозможные таланты). На этом череда конкурсов и соревнований не закончилась, им посвящены еще две полосы.

«Областная газета» тоже не обошлась без острой проблемы, на сей раз это дороги. Не скрывается, что с дорогами в области не все благополучно, да и зачем скрывать: *На прошедшем на прошлой неделе заседании правительства Свердловской области тоже отмечалось, что сданных в эксплуатацию в 2006 году 28,1 километра новых и 340 километров отремонтированных дорог явно недостаточно, поэтому областное руководство выразило готовность освоить часть из 100 миллиардов рублей, дополнительно выделенных в этом году федеральным бюджетом на дорожное строительство.* В остальном снова сплошное благополучие: визит Сергей Шойгу связан с задачей *обеспечить безопасность людей*; Всероссийская вокальная ярмарка — большое культурное событие; приближающийся День медицинского работника позволяет рассказать о замечательной работе медиков. И с малым бизнесом в области все в порядке: *регион входит в тройку лучших субъектов РФ по объему оборота малого предпринимательства в расчете на одного работающего.* Звенит традиционный марийский праздник Агапайрем, завершается юношеская парусная регата на озере Балтым, гороскоп обещает всем благополучие и удачу.

Таким образом, в корпоративной и местной прессе, на наш взгляд, присутствует у м о л ч а н и е. Фиксируемые недостатки настолько привычны, что кажутся вечными, неустраняемыми, а положительные факты можно рассматривать как достоверную информацию. И в целом картина получается вполне приемлемая, по принципу «чему быть, того не миновать, так будем радоваться жизни».

1.2.4. Квалоиды и таблоиды

Сегодня бурно развивается пресса, отказавшаяся от освещения политики и экономики в масштабах государств или крупных социальных групп. Вместо этого она поставила в центр внимания проблемы частной, приватной жизни. Здесь своя экономика, социология, психология — они подаются в преломлении к интересам отдельного индивида: вместо освещения проблем рынка труда в России будет рассказ о том, как правильно вести себя на собеседовании с работодателем, вместо статистики о демографической ситуации — история одного конкретного развода. По этому признаку объединяются такие издания, как квалоиды и таблоиды. Фактор аудитории дает нам дополнительные различия между дискурсивными практиками построения текстов, в том числе в отношении достоверности информации. К в а л о и д ы — качественные развлекательные издания для образованной и обеспеченной аудитории, которая ждет соблюдения профессиональных стандартов подачи информации. Т а б л о и д ы — яркие недорогие газеты, ориентированные на сенсационность и привлекательные в том числе для самых невзыскательных читателей. И тем и другим изданиям свойственно некоторое приукрашивание реальности, в том числе за счет умолчания о серьезных социальных проблемах и трагических событиях. У них, в отличие от корпоративной или местной прессы, нет узкого регионального или корпоративного интереса, но зато есть установка не раздражать и не расстраивать читателя, который намерен отдохнуть и развлечься. Здесь утверждается идеология возможности для каждого достичь личного благополучия и индивидуального успеха.

Глянцевые издания-квалоиды, отказываясь от рассмотрения проблем общенационального, общественного в широком смысле масштаба — в пользу житейских историй (*life story*), все же ориентированы на практики качественного подхода к информации. По определению Я. Засурского, «квалоидами называют издания, которые объединяют в себе... качественную информацию с развлекательными материалами»²¹. С точки зрения достоверности «глянцевая»

²¹ URL: <http://www.svoboda.org/ll/smi/0204/ll.020404-2.asp>.

журналистика в целом придерживается обычных стандартов. Но тематические предпочтения вносят свою специфику: интерес к историям жизни конкретных людей заставляет активно обращаться к воспоминаниям участников и очевидцев событий, реконструировать эти события с их слов. А субъективный взгляд на происходящее, особенно то, что вспоминается через много лет, не поддается верификации в той же степени, что вчерашние официальные новости.

Ориентация на художественно-публицистические жанры, прежде всего очерк, также приводит к нечеткому разделению фактов и вымысла, документально точного и вероятного. В таких текстах строгую достоверность как соответствие реальности нередко заменяет правдоподобие.

Проблема правдоподобия подробно рассматривалась в связи с произведениями художественной литературы. Так, Ролан Барт отмечает, что правдоподобие основано на «предположении, что существует представление о правдоподобном, отложившееся в умах людей благодаря традиции, авторитету Мудрецов, коллективному большинству, общепринятому мнению и т. п.»²². Правдоподобное «вовсе не обязательно соответствует реально бывшему (этим занимается история) или тому, что бывает по необходимости (этим занимается наука), оно всего-навсего соответствует тому, что полагает возможным публика и что может весьма отличаться как от исторической реальности, так и от научной возможности»²³.

Рассмотрим в качестве типичного примера очерк «Охота на пиранию», опубликованный в русской версии журнала GQ (2006, № 9). Текст написан в репортажном ключе и рассказывает о том, как «компания “белых воротничков”, полных профанов по части экстремального туризма» отправилась на рыбную ловлю в Якутию.

Автор делится личными впечатлениями:

Утром выдвигаемся вверх по Дянышке — за тайменем. В надежде, что нам, новичкам, обязательно повезет, и выловим мы чудовище килограммов на 35 как минимум. <...> Через два часа у всех

²² Барт Р. Критика и истина // Избр. работы : Семиотика. Поэтика. М., 1989. С. 323.

²³ Там же.

трех команд было по паре ленков, несчетное количество криков: «Таймень! Вижу его! Огромный!», с десятков безвозвратно утерянных блесен и ни одного «речного тигра». Но своего тайменя мы все-таки выловили. <...> Красавец, весил почти десять килограммов! Ну ладно, восемь.

Этот эпизод напоминает типичные рассказы рыбаков. Читатель не может знать, как все было на самом деле, но правдоподобие обеспечивается стандартной схемой: ожидание чудесного улова — напрасные попытки поймать большую рыбку — удача. Выловили-таки тайменя, хоть он и оказался в четыре раза меньше, чем ждали. Доверие к автору вызывает и легкая самоирония, когда, в соответствии с традицией рыбаков, он сначала преувеличивает вес добычи, а потом сам себя поправляет.

Читательские ожидания вполне оправданы: текст любопытен наглядным описанием малоизвестных мест и экстремального туризма, он правдоподобен, так как рассказывает о рыбалке в соответствии со стереотипными представлениями о том, как это бывает. Достоверности добавляет присутствие деталей, свидетельствующих, что поездка не была идеальной: катер с вещами туристов опоздал почти на сутки, а пока они искали катер, вся их одежда промокла насквозь, и т. п. В данном контексте — речь о развлекательном чтении на досуге — не столь уж важно, что из реальных событий опущено, а какие подробности придуманы.

Когда речь идет о частной жизни героя того или иного текста, журналисты нередко сами подчеркивают неточность известных им сведений. Вот как подает информацию о детстве своей героини автор очерка «Я привыкла вызывать зависть»²⁴ в журнале «Биография» (2007, ноябрь):

О детстве Аманды Лир известно лишь то, что она сама пожелала рассказать в интервью. А рассказывала она о своих ранних годах разное. Например, что родилась 18 ноября в Сайгоне. Или в Гонконге. Ее отец, военный моряк, был французом. Или англичанином,

²⁴ Благодарим Е. А. Серкову за предоставление текстов «Я привыкла вызывать зависть», «Нежное чудовище», «Поединок», «Любовь — есть...», «Наоми Уоттс: Танцующая в темноте», «Мисс Мосс».

служившим в Индокитае, где он и познакомился с матерью Аманды, китайкой с русскими корнями. Или с французскими.

Журналист здесь не скрывает противоречий, но ответственность за них несет героиня.

Или другой пример, когда в очерке «Нежное чудовище» (Биография, 2008, март) факты из детства героини представлены в двух версиях:

Некоторое время Шарлиз Терон утверждала, что ее отец погиб в автокатастрофе. И только потом рассказала про трагедию, случившуюся в их семье. <...> Когда Шарлиз уже исполнилось 15 лет, ее отец, в очередной раз потеряв над собой контроль, на глазах дочери накинудся на мать с пистолетом и стал кричать, что пристрелит их обеих. Но отчаянная Герда успела схватить ружье и, защищаясь, выстрелила первой. Смертельно ранив мужа, она, тем не менее, была оправдана на суде как совершившая убийство в целях самообороны.

Здесь есть правдоподобное обоснование, почему актриса предпочитала не рассказывать правду о гибели отца. Такого рода обсуждение версий события повышает степень доверия к тексту, к тому, что пишет журналист от своего имени: если он скрупулезно указывает на неточности в излагаемых сведениях, адресат предполагает, что остальные факты проверены на достоверность. Другой относительный критерий достоверности как правдоподобия работает тогда, когда свидетельства участников событий и очевидцев в совокупности складываются в относительно непротиворечивую картину.

Содержание системы взглядов, на которую опираются концепции правдоподобия, пишет Жерар Женетт, может меняться целиком или частично от эпохи к эпохе и от жанра к жанру, но «остается неизменным и определяет собой правдоподобие формальный принцип соблюдения нормы, то есть наличие отношения импликации между частным поведением, которым наделяется тот или иной персонаж, и той или иной имплицитно принятой общезначимой максимой»²⁵. Женетт определяет правдоподобное повествование как

²⁵ Женетт Ж. Правдоподобие и мотивация // Женетт Ж. Фигуры : в 2 т. Т. 1. М., 1998. С. 302.

такое, «в котором события соотносятся как примеры или частные случаи с набором максим, полагаемых верными аудиторией, к которой оно обращено»²⁶. Так, в портретном очерке «Тайный любовник» о французском актере Фуаде Эт Аатту, опубликованном в журнале «Citizen K Россия» (2007, № 1), многие черты своего героя автор мотивирует его мусульманскими корнями:

Отец — марокканец, мать — корсиканка. Отсюда и арабское имя, и смуглая красота, и восточная жесткость черт. И чисто мусульманское воспитание: «мой отец сказал», «мой отец велел», «мой отец посоветовал». <...> Актером хотел быть всегда. Но родители настояли на операторском факультете — все-таки реальная профессия. Послушный сын подчинился.

Разумеется, послушные дети вырастают не только в семьях мусульман. Но послушание Аатту автор мотивирует в соответствии со стереотипными представлениями российской аудитории о жесткой патриархальности исламской культуры.

Важной практикой придания достоверности биографическому повествованию является психологическая мотивированность поступков героя. При этом психология персонажа, особенно если автор не мог встретиться с ним лично, не может быть ничем иным, кроме версии, варианта интерпретации его поступков. В лиде текста «Поодинок» (Биография, 2007, дек.) журналист пишет:

Фрэнк Синатра и Ава Гарднер были слишком похожи: оба любили жить на полную катушку и не терпели власти над собой. История их взаимоотношений напоминала боксерский матч. Соперники были столь сильны, что выиграть его было невозможно. Только прервать.

Концепция текста задана на уровне заголовка и лидового абзаца: сходство личностей, обладающих сильным характером, объясняет все перипетии взаимоотношений Синатры и Гарднер, описанные в очерке.

Аналогичным образом история жизни Коко Шанель в тексте «Chanel: Жизнь в искусстве» (Citizen K Россия, 2007, № 1) подана как типичный пример судьбы сильной женщины:

²⁶ Женетт Ж. Правдоподобие и мотивация. С. 303.

Шанель остается поразительным воплощением постоянства и верности. Она всегда будет верна найденному ею стилю, но никогда не станет его заложницей. <...> ...Из «черного квадрата» потеряннго поколения Шанель скроит свое знаменитое «маленькое черное платье», предъявив его миру как наглядное доказательство женской предприимчивости, ума и способности к выживанию.

Автор предлагает свое объяснение тому, как провела Шанель последний день своей жизни:

...Первую половину дня она провела на скачках в Лошане. Это было ее последнее желание — вернуться туда, чтобы напоследок подышать воздухом своей молодости. <...> Ну и, конечно, скачки для Шанель — это Бой. Любовь всей жизни, первоклассный наездник и спортсмен Артур Кейпел, которому она была обязана своими успехами и своей славой. Похоже, тогда в Лошане она мысленно попрощалась с ним и со всем, что любила. Ее бег по нескончаемому кругу подходил к концу.

Концепция автора основана на том, что Шанель — типичный пример сильной женщины, в то время как многие факты, в том числе и упомянутые автором, допускают иную интерпретацию: она обязана своими успехами и славой мужчинам, которые ее поддерживали. При этом разные интерпретации в принципе невозможно оценить как истинные или ложные, подобно конкретным фактическим сведениям.

Надо сказать, число жизненных сценариев, которые авторы гляцевых журналов находят в биографиях знаменитых людей, прежде всего из сферы шоу-бизнеса, невелико. Так, наиболее популярны сюжетная схема сказки про Золушку для женских историй и параллельный мужской вариант — про Гадкого Утенка. Цитата из уже упомянутого текста об актрисе Шарлиз Терон: *Я не была красивым ребенком, — вспоминает актриса. — До четырех лет у меня не было волос, а до восьми — среднего зуба. Я бегала по нашей ферме грязная и полуголая. А вот об актере Сильвестре Сталлоне: Но тинейджеру Сталлоне в любви не везло. Девушки не обращали на него внимания, одноклассники считали тупым и дразнили «уродом» за скошенный набок рот и невнятную речь. К тому же он был слабым и тщедушным, и мальчишки наградили его прозвищем Слай*

(Проньра). Юноша переживал и не знал, что с этим поделать (Биография, 2008, янв.).

Для изданий-квалоидов характерно использование письма, типичного для американской «новой журналистики», когда практики художественной литературы в духе психологического реализма заимствуются для создания повествований, в которых реконструированные на основе предположений события насыщаются живыми деталями, используется рассказ не только от лица журналиста, но и от имени того или иного персонажа. Вот, например, в очерке «Наоми Уоттс: Танцующая в темноте» (Караван историй, 2007, ноябрь) описанная с точки зрения главной героини встреча с Николь Кидман:

Да, бедная Николь... Они встретились у нее дома, в фешенебельной квартире с антикварной мебелью и бесценными коврами. Николь сразу дала понять Наоми о произошедшем между ней и Томом. Только один раз не выдержала, сорвалась: «Я не понимаю, почему он так жестоко со мной поступил, почему...» И тут же осеклась, взяла себя в руки и любезно предложила выпить чаю с бисквитами.

Эмоциональная выразительность такой повествовательной манеры компенсирует малую степень достоверности подобных эпизодов.

Достаточно часто авторы биографических текстов эксплицитно указывают на то, что речь идет именно о версиях, как это сделано в очерке о модели Кейт Мосс:

Но теперь уже обозлился Джефферсон Хэк, его выпады против Кейт привели к разрыву их отношений. Позже Хэк попытался было разыграть «кокаинную карту» и отобрать дочь через суд, но *то ли не очень-то хотелось, то ли карта была не такая уж козырная* (выделено нами. — Авт.), и попытки он быстро оставил (Биография, 2008, янв.).

Таким образом, для достоверности как правдоподобия часто имеет ценность не действительное, а должное, не конкретное, а обобщенное, типичность поведения персонажей, например. Ролан Барт указывает среди критериев правдоподобия и объективности

требования разума, природы, вкуса, законы жанра, законы психологической связности и т. д.²⁷ Вслед за ним Жерар Женетт отмечает «связь, слияние понятий правдоподобия и благопристойности, блестяще демонстрируемое хорошо известной двусмысленностью (“обязательность” и “вероятность” слова “должен”)²⁸. Наглядно, художественно поданные версии событий, их реконструкции и интерпретации, которые нельзя проверить на достоверность, должны быть всего лишь приемлемы с точки зрения вкусов и ожиданий аудитории.

Издания-таблоиды адресованы самой широкой аудитории независимо от уровня образования, социального статуса и других характеристик. Достоверность, нейтральность, объективность как критерии качества информации уступают место в таблоидах изощренным методам пропагандистского воздействия и сенсационности, а то и скандальности фактов. Специфика практик журналистов выражается также в снижении глубины анализа социальной реальности.

Дискурсивные практики поиска и отбора информационных поводов для публикаций в этой группе печатных изданий обогащаются, если можно так выразиться, за счет сведений об отступлениях от обыденного порядка вещей, которые не имеют очевидной социальной значимости: родились сиамские близнецы, разводится певица Жасмин, актриса Мэг Райан удочерила китайскую девочку. Специфика содержания подчеркивается и практиками оформления текстов: преобладают материалы небольшого объема, типичны кричащие заголовки и большое количество ярких иллюстраций.

Эта группа изданий также внутренне неоднородна. На границе качественного и массового медиапродукта расположены так называемые мягкие таблоиды, такие как «Комсомольская правда», «Аргументы и факты». Блок общественно-политической и экономической информации в них облегчен, сами проблемы и способы их решения трактуются упрощенно, велика доля развлекательных материалов, широко практикуются уже рассмотренные выше прак-

²⁷ См.: Барт Р. Критика и истина.

²⁸ Женетт Ж. Правдоподобие и мотивация. С. 300.

тики умолчания, недоговоренности для создания «правильной» картины мира. Именно в сторону стандартов этой прессы дрейфуют сегодня те региональные издания, которые заботятся о привлечении внимания аудитории и сохранении заметных тиражей без привлечения административного ресурса.

В противоположность мягким таблоидам как пограничному типу изданий, с традиционными таблоидами в России связываются гораздо более определенные ожидания. Обозначение «таблоид», встречающееся во всем мире, сегодня несет отрицательный набор ассоциаций, соотносится с таким понятием, как «бульварная газета», в котором, согласно исторической традиции, также заложена отрицательная оценка.

Современная таблоидная пресса, конечно, богаче этого стереотипного представления, хотя заслуженную критику вызывают такие практики журналистов таблоидной прессы, как публикация непроверенной, а то и ложной информации, вмешательство в частную жизнь граждан, неразборчивость в средствах привлечения внимания, в том числе явный подлог за счет эффекта обманутого ожидания, в частности, на уровне отношений заголовка и текста (например, под заголовком «Веру Глаголеву отравили» газета «Жизнь» сообщила, что журналисты *отравили ей жизнь* публикацией слухов об изменах ее мужа).

Несомненно, главная функция таблоидов — развлекать свою аудиторию. Эта пресса «разъясняет, адаптирует к уровню восприятия аудитории огромный поток информации, разгружает психику и является в определенной степени отдыхом»²⁹. Неудивительно, что при таком подходе проблемы точности информации, ее достоверности отходят на задний план.

Внутри этой большой и внутренне неоднородной группы изданий мы бы хотели остановиться только на практиках достоверности в телегидах. Эти газеты и тонкие журналы-еженедельники, будучи абсолютно развлекательными по назначению, востребованы самой разнородной аудиторией. Качество материа-

²⁹ Монастырская А. А. Таблоидная пресса в России (1990—2000). СПб., 2003. С. 12.

лов, сочетающих информационную и рекреативную функции, зачастую достаточно высоко, несмотря на подчеркнутую броскость оформления.

Телегиды читают в первую очередь для того, чтобы смотреть телевизор. Эти издания позиционируют себя как предназначенные для семейного чтения без возрастных ограничений: отбирается информация, интересная нескольким поколениям одной семьи. Помимо собственно программы телевизионных передач публикуются анонсы телепередач и фильмов, новости кино, шоу-бизнеса, интервью со звездами телевидения, кино, спорта и т. п. Также широко представлены нежурналистские развлекательные жанры: анекдоты, сканворды и кроссворды, стихи и короткие рассказы для детей и т. п.

Практики достоверности в телегидах тесно связаны с их жанровой палитрой. Абсолютно преобладают информационные жанры небольшого объема, аналитические жанры практически отсутствуют. Чаще всего используются анонс, короткая заметка (новость) и интервью. Как правило, событие, освещаемое в них, актуально и интересно долгое время, оперативность отсутствует, но материалы готовятся с соблюдением остальных жанровых требований. Так, например, в «Телесемь» (2007, № 19) напечатана заметка «Стыд и срам» о судебном иске к Хью Гранту, где рассказывается, что этому актеру предъявили иск за оскорбление снимавшего его фотографа. Описано, как актер повел себя по отношению к фотографу после того, как тот попросил улыбнуться Гранта в объектив фотокамеры. Эти стороны знаменитой личности в данном тексте выступают для аудитории как новость.

Достоверность в телегидах корректируется подчеркнуто позитивным взглядом на мир. Оптимизм и беспроblemность — важные ориентиры для журналистов в отборе информации и способах ее подачи. Все должно быть хорошо, потому что адресат хочет отдохнуть.

Рассмотрим несколько текстов из екатеринбургского издания «Телешоу» (2008, № 38). Здесь опубликован, например, подробный рассказ «Мой дом — уютная норка» на основе интервью с актрисой Жанной Фриске. Основная тема — выбор интерьера для квар-

тиры актрисы, попутно речь заходит и о других сторонах ее жизни, которая предстает лишенной сколько-нибудь серьезных проблем. Есть разве что досадные мелочи, но и с ними легко справиться: *Цветы требуют постоянного ухода, а для меня это проблема. Завела на балконе фикус, а он оказался капризным. Пришлось вынести его в общий коридор, теперь ухаживаем за ним вместе с соседями.* Когда Жанна критикует младшую сестру за ее избалованность, лень, уход из группы «Блестящие», тоже сразу понятно, что это всего лишь «конфликт хорошего с лучшим»:

...Временами Наташа проявляет железную выдержку. Папа ежемесячно дает ей небольшую сумму на жизнь, и если Наташка лишний раз сходит в ночной клуб, то денег не останется даже на продукты. Она будет голодать, но ни у кого помощи не просит. Вот бы использовать эту выдержку, чтобы выучить английский или окончить наконец Московский институт права, который бросила на пятом курсе... Зато из Наташки получится идеальная жена. Она и готовит вкусно, и, если что в доме отваливается, может взять в руки молоток, плоскогубцы и все починить.

Типичные для таблоидов разоблачения и скандалы здесь носят не вполне серьезный, шуточный характер. Заметка с интригующим заголовком «Дженнифер Лопес рассказала правду о беременности» создает по прочтении эффект обманутого ожидания: *Известная певица <...> на днях сделала сенсационное заявление. Оказывается, сначала Лопес не поверила тому, что беременна, и, чтобы убедиться в этом, уговорила своего мужа, певца Марка Энтони... тоже сделать тест на беременность!*

Конечно, в мире сенсаций такого свойства не нужно ожидать ничего плохого. Отбор исключительно позитивной информации оставляет за кадром серьезные беды и проблемы. Даже если заходит речь о чем-то неприятном, тут же находится выход. Таков текст «Хочу жить в России» — интервью с Ури Геллером, который приехал в Россию, чтобы вести на телевидении шоу «Феномен» с демонстрацией своих паранормальных способностей. В публикации упоминаются некоторые социальные проблемы. По мнению Геллера, они поддаются решению волшебными средствами: *Уже с этой*

недели я попрошу прикоснуться к моим ладоням на экране — и буду посылать позитивные мысли. Я хочу обратиться к российской молодежи: верьте в себя, не курите, не принимайте наркотики, не напивайтесь, сфокусируйтесь на образовании...

Надо сказать, что в телегидах, как и в других таблоидах, немалое место занимает тема мистических, паранормальных явлений. Разумеется, к таким сообщениям совершенно неприменимы стандартные критерии достоверности информации, их восприятие как достоверных или ложных всецело зависит от личной веры адресата в мир трансцендентного.

В анализируемом номере «Телешоу» теме мистического, кроме интервью с Ури Геллером, посвящено несколько публикаций. Текст «Программы о мистике: возвращение на ТВ» дает обзор программ о сверхъестественном на четырех федеральных каналах: ТНТ, СТС, «Россия», ТВЗ. На каждом из них транслируются от одной-двух до пяти программ о мистических явлениях. Рядом под рубрикой «Мнение эксперта» приведен комментарий астролога Татьяны Чернецовой: *Люди стараются объяснить себе мир с помощью ирреального, раз логика не помогает. Поэтому во времена перемен так силен интерес ко всему сверхъестественному.*

Кстати, Татьяна Чернецова, член международной ассоциации астрологов ISAR, публикует в каждом номере «Телешоу» астрологический прогноз на неделю. Это тоже вполне оптимистичные предсказания. В свое время Ролан Барт посвятил один из текстов «Мифологий» как раз газетно-журнальной астрологии:

Против ожиданий, перед нами здесь совсем не какой-то фантастический мир, а скорее строго реалистическое описание определенной социальной среды — той, к которой принадлежат читательницы журнала [«Эльз»]. <...> Основные рубрики, по которым раскладывается судьба... в целом аккуратно воспроизводят ритм трудовой жизни. Ее циклом является неделя, в которой выделяются один или два «удачных» дня. <...> Несчастье здесь не приобретает больших масштабов: просто в какую-то неделю у вас будет не так много поклонников или кто-то выдаст вашу тайну. <...> Подобную «жизнь» звезды не столько предсказывают, сколько просто описы-

вают: будущее тут редко сулит какой-либо риск, и любое прорицание обязательно нейтрализуется сбалансированностью вариантов³⁰.

Для телегидов типичны жанры со специфическими формами достоверности. Кроме астрологических прогнозов, это многочисленные публикации исключительно оценочного содержания, которые представляют не столько факты, сколько мнения по их поводу.

Так, постоянная рубрика «Телешоу» «Стоп! Снято!» представляет мнения двух екатеринбургских модельеров о нарядах звезд шоу-бизнеса. Публикуются фотографии знаменитостей и оценки модельеров, которые часто расходятся: один хвалит, другой критикует. Так, в № 18 текст «Полной жизнью» посвящен нарядам полных женщин — Аллы Пугачевой, Лидии Федосеевой-Шукшиной, Марии Ароновой и др.

Исключительно оценочны и тексты в постоянной рубрике «Звездный поединок», где сравниваются две звезды по строго определенному плану: карьера, личная жизнь, удивительные поступки, особые достижения. Текст представляет собой таблицу и в каждой категории оценки выставляются баллы. Побеждает тот, кто получил больше баллов. Очевидно, что и отбор фактов из биографии, и их оценка откровенно субъективны.

Многие публикации строятся на прямом цитировании мнений известных людей — постоянные рубрики «Звезды говорят», «Радуюсь за...», «Переживаем за...». Тексты здесь либо целиком состоят из прямой речи героев, либо начинаются с краткой констатации факта, который затем комментирует звезда. Типичный пример — заметка о телеведущей Дане Борисовой (приводим целиком):

Популярная телеведущая рассталась со своим гражданским супругом Максимом. «Сначала Максим переехал в другую квартиру, предупредив, что ему сложно совмещать работу и семейные дела, — признается Дана. — Но я надеялась, что у нас все наладится и мы сможем сохранить отношения хотя бы ради нашей дочки Полины. Но так ничего и не вышло».

³⁰ Барт Р. Астрология // Барт Р. Мифологии. М., 1996. С. 207—208.

При такой подаче информации ответственность за ее соответствие действительности лежит на том, кого цитируют. Оценки же и вообще мнения в принципе не могут быть соотнесены с критерием достоверности. Мнение (отделенное от фактов) оценивается не как истинное (соответствующее действительности) или ложное, но как справедливое или несправедливое. Всякое мнение может быть выражено в соответствии с конституционным правом на свободу мнений и убеждений, а также может быть оспорено в порядке полемики (подробно эта проблема рассматривается, например, доктором юридических наук профессором А. Р. Ратиновым³¹). Директор Института проблем информационного права, доцент факультета журналистики МГУ А. Г. Рихтер также подчеркивает, что если мы имеем дело не с фактом, а с мнением, то сколь бы нелепым ни казалось это мнение, оно может быть оспорено лишь на основе конкуренции с другими мнениями, но не опровергнуто, как могут опровергаться ложные сведения³².

При характеристике достоверности публикаций в телегидах следует учесть, что они содержат множество текстов нежурналистских жанров: анекдоты, кулинарные рецепты, тесты и т. п. Требования достоверности к части из них неприменимы совсем, а к части — применимы очень ограниченно и специфично. Например, популярный жанр совета целиком лежит в сфере ирреальной модальности возможного, желательного. Так, в «Телесемь» есть рубрика «Копилка советов», где можно получить совет по любой тематике: здоровье, кулинария, юриспруденция и т. д. Все советы взяты из популярных телепрограмм, например «Малахов +» («Первый канал»), «Доброе утро, Россия!» («Россия»).

В итоге можно сделать вывод, что основными факторами, корректирующими профессиональные журналистские практики достоверности, в телегидах являются подчеркнутый оптимизм и субъективность текстов.

³¹ См.: Ратинов А. Р. Послесловие юриста // Понятия чести, достоинства и деловой репутации : спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. 2-е изд. М., 2004. С. 106—108.

³² См.: Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. М., 2002. С. 170.

1.2.5. Недостоверная информация

Перейдем к ситуациям, когда СМИ публикуют информацию, которую можно оценить как не соответствующую действительности. Такую оценку мы можем дать, лишь опираясь на какое-то бесспорное свидетельство. В данном случае мы обращаемся к заключениям суда, который признал некие сообщения не соответствующими действительности³³. Отметим особое содержание, которое суд вкладывает в оценку «не соответствующий действительности». Поскольку мы рассматриваем иски о защите чести, достоинства и деловой репутации, доказательство истинности высказывания лежит на ответчике, т. е. в нашем случае — на средстве массовой информации (авторе публикации). Если ответчик не предоставил удовлетворительных доказательств, его суждение признается судом не соответствующим действительности. Причины, по которым такие доказательства не были представлены, могут быть различны. Одна из них — это то, что этих доказательств и не может быть, поскольку информация ложная, выдуманная. Однако отсутствие доказательств может объясняться их недоступностью, небрежностью журналиста и иными обстоятельствами, что приводит к недоказанности суждения, но отнюдь не к его лживости. Таким образом, наш материал, отобранный указанным способом, может приниматься нами с известной долей сомнения. Но определенное представление о том, как появляется в журналистских текстах недостоверная информация, он дает. Рассмотрим два дела, в которых суд частично удовлетворил претензии истца именно потому, что посчитал ряд суждений ответчика не соответствующими действительности.

В качестве обоснования недостоверности суды выдвигают разные обстоятельства.

Во-первых, описывается положение дел, которое не было учтено ответчиком и которое, следовательно, однозначно делает информацию, изложенную в публикации, недостоверной. «Областная газета» (2002, 28 нояб.) в интервью «В Екатеринбурге творится

³³ За предоставленный материал благодарим О. В. Митину.

сплошной беспредел» сообщает читателю: *На протяжении последних десяти лет мэрия не предоставляла дополнительных отпусков водителям, а в бюджете деньги на отпускные не закладывались. Это миллиарды рублей, которые ушли в неизвестном направлении.*

В решении Ленинского суда г. Екатеринбурга от 1 июня 2004 г. это утверждение оценивается так:

Ответчик сам указал, что именно муниципальными предприятиями МОАП и ЕТГУ не предоставлялись работникам (водителям и кондукторам) дополнительные отпуска в связи с вредными условиями труда, но не предъявлено доказательств, что это было сделано по вине администрации и что деньги, предусмотренные на эти нужды в городском бюджете, нецелевым образом израсходованы мэрией, поскольку, хотя указанные предприятия муниципальные, они являются самостоятельными юридическими лицами и в трудовых отношениях работники состоят с ними, а не с мэрией.

В рассмотренном случае действительно кажется сомнительным, что администрация полуторамиллионного города оплачивает дополнительные отпуска водителей и кондукторов автобусов, трамваев и троллейбусов. Если эти средства не были заложены в бюджет, как их можно было использовать не по назначению? Можно предположить, что интервьюируемый не владеет нужной информацией, что его утверждение не соответствует действительности.

Еще два высказывания не доказаны ответчиком:

1. Установлено, что себестоимость проезда в Екатеринбурге составляет три рубля. Возникает вопрос, где деньги, которые закладывались в бюджет? Они исчезают! Они используются мэрией по своему усмотрению и не по назначению, они идут на реализацию политических амбиций руководителей Екатеринбурга.

2. Мэрия не будет следить за городским транспортом и городской экологией, потому что деньги ей частные перевозчики везут «наличкой».

Вряд ли эти утверждения можно доказать без специального расследования, которое должны проводить компетентные органы. Без этого информация может быть оценена в лучшем случае как искреннее заблуждение, оправдываемое, по-видимому, тем, что гово-

рящий не испытывает особых симпатий к администрации города Екатеринбурга. Будучи президентом общественной организации «Сутяжник», ответчик С. И. Беляев, вполне возможно, получил сведения от тех работников транспортных предприятий, которые обратились в «Сутяжник» за консультацией по поводу отпусков. Информация, вероятно, циркулировала в этой среде на уровне слухов и вряд ли могла быть должным образом проверена. Интервью с С. И. Беляевым вначале (26 ноября 2002 г.) было опубликовано на сайте информационно-аналитического агентства «Регион-Информ». А через два дня оно оказалось в «Областной газете». Зачем эта явно недостаточно проверенная информация понадобилась двум изданиям, наверное, навсегда останется тайной их информационной политики.

Второе дело связано с выборами, точнее, с оценкой только что завершившейся кампании. Иск был подан депутатом Госдумы, председателем Оренбургского регионального отделения партии СПС О. Г. Наумовым. Сторонники СПС потерпели на выборах депутатов местного Законодательного собрания поражение. И вот теперь журналисты газеты «Оренбуржье» анализируют участие О. Г. Наумова в местной политической жизни (публикации «Власть избрана. Подведем итоги» — 2002, 25 апр.; «Хотеть — еще не значит мочь» — 2002, 27 апр.). Суд Ленинского района города Оренбурга (решение от 5 июля 2002 г.) признал не соответствующими действительности следующие утверждения журналистов:

Тем не менее именно по сигналу господ из его компании открылись шлюзы тотального шельмования глав администраций, претендующих на избрание в областной парламент, и областной власти вообще. В подшефных им штабах ляпали самый дикий компромат, писали подметные письма, битых два месяца тиражировали стенания о посягательствах губернатора на святая святых — принцип разделения властей...

Не подтвердил он своего лидерства, опорочил в общем-то разумные идеи своей партии...

В последнее время число материалов с его домыслами и инсинуациями в адрес властных структур возросло в геометрической прогрессии.

Эти утверждения, как отмечает суд, «носят конкретный характер и могут быть верифицированы с помощью доказательств, подтверждающих соответствие действительности указанных выше сведений». Интересно, что если в первом деле суд ссылается на юридические основания своей оценки, то здесь аргументация иная:

Суд критически относится к представленным представителем ответчика в судебном заседании следующим доказательствам: статьи за подписью Олега Наумова, опубликованные в местных средствах массовой информации, которые якобы содержат не соответствующую действительности информацию и порочат честь и достоинство представителей местной власти, не заверенные надлежащим образом извлечения из его выступлений. Для установления несоответствия действительности распространяемых Наумовым сведений в других средствах массовой информации необходимо их исследование и проверка на соответствие действительности, что в пределах рассмотрения настоящего иска не представляется возможным.

Таким образом, в пылу еще не утихшей выборной горячки журналисты высказали утверждения, не обосновав их хотя бы одним «холодным» фактом. Вместо того чтобы говорить об открывшихся *иллюзах тотального шельмования, о геометрической прогрессии, о диком компромате*, эффектнее и эффективнее было бы с документами в руках опровергнуть один «домысел», один «компромат». И объективно, и субъективно рассматриваемые суждения могут быть правдивыми, но, как известно, в общении правду надо обставлять определенным образом, чтобы она была признана таковой.

Отметим случаи, когда не соответствующие действительности сообщения фиксируют и опровергают сами СМИ. Например, в «Постскрипуме» (ТВ Центр, 2007, 12 мая) как провокация против слияния церквей оценено сообщение Credo.ru и «Эха Москвы» о смерти Алексия II. Собеседница Виталия Ушканова в передаче «Персона грата» (Радио России, 2008, 23 апр.) Т. Б. Дмитриева (директор Центра им. Сербского) опровергла сообщения некоторых СМИ о том, что из психиатрических лечебниц выпускают 750 тысяч больных, тогда как, по ее словам, во всех этих больницах насчитывается 130 тысяч мест. Собеседник Игоря Гмызы пианист Николай

Петров («Особое мнение», Радио России, 2007, 4 июня) говорит о заказной музыкальной критике («Велели обложить — обложат. Велели превознести — объявят гением»).

1.2.6. Практики демонстрации достоверности

В заключение мы предлагаем краткий обзор дискурсивных практик демонстрации достоверности в журналистских текстах. Эти практики могут использоваться в любых текстах в рамках журналистского дискурса. При этом сам факт их использования не дает возможности определить, насколько достоверна публикуемая информация. То, как демонстрируется достоверность, — лишь косвенное, явно недостаточное указание на соответствие действительности распространенной информации. Обычно эти практики все же работают на то, чтобы подчеркнуть достоверность, которая действительно присутствует.

Важнейшей такой практикой является указание точных фактических данных: имена героев, даты событий, названия мест, где события произошли, и т. п. Точность таких сведений легко может быть проверена.

Но ценность достоверности в этом случае может вступить в противоречие с другими ценностями журналистской профессии. Например, закон и профессиональные этические документы журналистов ограничивают вмешательство в сферу частной жизни героев публикаций. В погоне за достоверностью нельзя забывать, что Конституция РФ дает каждому «право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго имени» (ст. 23, п. 1), а также «право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений» (ст. 23, п. 2). И даже в случае согласия героя будущей публикации на то, что сведения о его частной жизни станут достоянием гласности, журналисту стоит тщательно взвесить, публиковать ли полученные сведения, указывая точные данные, имена, географические названия и т. д. Ведь согласие может быть дано человеком по беспечности или незнанию возможных негативных для него последствий.

Между тем очевидный сегодня дефицит доверия к текстам СМИ вызывает повышенную эксплуатацию сигналов достоверности именно при сообщении информации из сферы частной жизни. В стремлении быть как можно достовернее представители СМИ, особенно таблоидной группы, называют в текстах, задевающих доброе имя и репутацию людей, их подлинные имена (даже если герои публикации — несовершеннолетние), дают точные или легко идентифицируемые адреса (особенно для небольших населенных пунктов). Причем из публикаций не всегда очевидно, делается ли это с согласия тех, о ком пишут. Так, «Комсомольская правда в Екатеринбурге» опубликовала подлинные имена и адреса детей из неблагополучных семей в связи с беспрецедентным случаем в городе Каменске-Уральском, когда пьяная мать продала дочку за 80 рублей, чтобы купить водки. Детям этой горе-матери 4 года и 11 лет, обе девочки названы по именам, опубликованы их фотографии: «Кукушата», «А у нас все дети — проданные» (Комс. правда в Екатеринбурге, 2005, 4—11 мая; 12—19 мая).

Или, например, в материале «Кошмар Билана» в газете «Жизнь» (2008, 15 апр.) опубликованы СМС-сообщения скандального содержания, взятые якобы с телефона продюсера певца Димы Билана Яны Рудковской и адресованные ее мужу Виктору Батурину:

...Все это вылилось в страшный скандал, в ходе которого супруги обменялись большим количеством весьма резких смс-сообщений. Возможно, перепалка Яны и Виктора осталась бы тайной, если бы свой телефон Рудковская не потеряла в одном из заведений Москвы. Мы публикуем лишь некоторые фрагменты этих эсэмэсок. «Д. Б. меня предал и моих детей, когда с тобой “зажигал”, и оборовал нас...» — пишет Батурин. А вот что на это отвечает Рудковская: «...Тебе в Голландию надо эмигрировать, может найдешь новую любовь и от Димы отстанешь...»; «...Теперь понятно, почему ты Диму Билана так возненавидел, приставал, а он тебя отверг...»; «...Хватит всем врать, что ты меня любишь, ты же Диму любишь, а на мне женился, чтобы детишками прикрываться...»

И способ получения информации, и содержание сообщений — за гранью представлений об этике журналистской профессии.

Надо сказать, журналистами выработаны практики, корректирующие требования к достоверности, когда этика и/или закон требуют сохранения тайны. Например, указание для аудитории СМИ, что подлинные имена героев изменены по этическим соображениям.

Другая важная практика демонстрации достоверности сообщений — точное указание на источники информации, сообщение о степени их надежности. Это могут быть имена конкретных людей, названия организаций, названия документов и пр. Количество источников, если их больше одного, также усиливает впечатление достоверности.

И подпись автора можно считать способом персонификация источника информации. Имя журналиста, если он авторитетен, для многих адресатов служит гарантией правдивости текста.

Но и здесь ценность достоверности может вступить в противоречие с другими ценностями журналистской профессии. Так, закон о СМИ и кодексы профессиональной этики оговаривают право и обязанность журналиста соблюдать профессиональную тайну и не разглашать источник информации, если это необходимо.

Важно также разграничение степени достоверности публикуемых сведений, четкое отделение фактов от предположений, версий, мнений, слухов. Вот, например, публикация «Пугачева тайно встречается с новым фаворитом?» (Комс. правда, 2008, 21 янв.), где нами выделены многочисленные сигналы того, что высказывается всего лишь предположение, основанное на слухах:

Похоже, ей приглянулся выпускник «Фабрики звезд-7» Марк Тишман. <...> С самого начала проекта «Фабрика звезд-7» Алла Пугачева сказала в кулуарах, что симпатизирует 28-летнему композитору и певцу Марку Тишману. <...> Примадонна как-то призналась, что Марк ей очень напоминает ее бывшего мужа Филиппа Киркорова. Дескать, такой же восхищенный и наивный, каким был пятнадцать лет назад Киркоров. <...> С Аллой Борисовной Марка связывают пока исключительно дружеские отношения. А между тем в светской тусовке уже появились слухи, что Марк Тишман — очередной фаворит Пугачевой, мол, Алла Борисовна взяла «фабриканта» под свое крыло. Говорят, что не без стараний Примадонны Тишман сейчас выступил на фестивале «Русская зима» в Лондоне.

Остальные практики демонстрации достоверности можно квалифицировать как косвенные свидетельства, что сообщение соответствует действительности. Здесь бывает трудно разделить достоверность и правдоподобие.

К таким практикам мы относим встраивание события в хронологические и логические рамки с помощью указаний на его предысторию, последствия, формулировки прогнозов дальнейшего развития ситуации, а также с помощью указания на подобные события через отношения подобия/отличия, смежности/удаления, причинности³⁴. Если описанное журналистом событие встроено в хронологию и логику, оно выглядит более достоверным, нежели единственный случай, не вписанный ни в какой контекст. Наличие прецедента, аналога делает происшедшее более вероятным в глазах аудитории.

Подробное описание живых деталей событий, наглядное изображение персонажей способны создать эффект достоверности. Вспомним приведенный нами выше эпизод встречи Наоми Уоттс с Николь Кидман, описанный в журнале «Караван историй». Однако и эта практика создает множество этических проблем. Обилие в журналистском тексте шокирующих натуралистических деталей при описании трагических и криминальных происшествий — не редкость в сегодняшнем пространстве массмедиа, особенно в таблоидных изданиях. Снова пример из «Комсомольской правды» — «Иномарка разорвала женщину на части» (2007, 16 окт.):

Авария случилась в воскресенье в 4.40. «Ауди-А8» мчалась по Волгограду на скорости 200 километров в час. В это время пожилая женщина переходила дорогу. У нее не было шансов выжить. От мощного удара тело буквально разлетелось на куски. Оторванная голова, пробив лобовое стекло, влетела в салон автомобиля.

Далее следуют шокирующие снимки оторванной головы на полу машины.

Здесь остро стоит вопрос о чувстве меры и оправданности, уместности подобных публикаций: в каких границах допустимо использование кровавых, жестоких или сексуальных сцен в текстах СМИ?

³⁴ См.: Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995—2000). Екатеринбург, 2000.

Нередко слышны призывы полностью запретить публикацию подобной информации, особенно фотографий. Нам этот подход представляется крайностью, потому что вопрос об уместности такой информации — это вопрос о ее социальной значимости. В случае с гибелью женщины под колесами автомобиля натуралистичные детали вряд ли оправданны. А вот, например, репортажи из зон вооруженного конфликта — другое дело. Приведем аргументы, высказанные Ианом Мэйсом в книге «Работа над ошибками: опыт омбудсмана газеты “Гардиан”». Он пишет об опубликованной в газете шокирующей фотографии, на которой изображено, как разгневанная, ликующая толпа волочит по улицам столицы Конго Киншасы обуглившееся тело представителя нацменьшинства тутси и рассказывает, какие споры велись вокруг решения, печатать ли этот снимок:

...Заместитель редактора международного отдела убедительно доказала, что фотография позволяет представить весь ужас межэтнического конфликта, развязанного конголезским президентом Кабиной и угрожающего большей части африканского континента (как она написала три дня спустя в статье, озаглавленной «Этнический катаклизм маячит перед Конго»). Если бы речь шла просто о случае хулиганского насилия, то эта фотография, по её словам, никогда не была бы напечатана. <...> Репортёры и фотографы, которые сталкиваются с подобными вещами [использование шокирующих снимков], могут выполнить свой долг только в том случае, если они расскажут нам то, что они видели и слышали. Следует хорошенько подумать, прежде чем удерживать их от этого³⁵.

Эффект достоверности обеспечивает психологическое правдоподобие мотивации поведения персонажей, стереотипная и потому правдоподобная интерпретация событий в рамках типичных индивидуальных жизненных сценариев, схем поведения политических субъектов. Вспомним о популярности стереотипных суждений в связи с предвыборными манипуляциями в СМИ, когда апелляция к здравому смыслу маскирует уклончивость, нечеткость, умолча-

³⁵ Мэйс И. Работа над ошибками: опыт омбудсмана газеты «Гардиан». М., 2005. С. 45, 46.

ние, недоговаривание как средства затенения неудобных фактов и социальных процессов, явлений.

Встраивание правдоподобной интерпретации событий в логику обыденного мышления чаще всего осуществляется через отношения подобия, особенно если связь устанавливается с чем-то хорошо знакомым. Так, в публикации «Малолетки в колонии взбунтовались по сценарию сериала» (Комс. правда, 2007, 18 окт.) поведение заключенных объясняют по аналогии с телевизионным сюжетом:

У начальника ГУФСИН по Свердловской области генерал-майора Николая Ткачева своя версия:

— Я думаю, что все началось после просмотра сериала «Плотина», который идет по НТВ. Подростки один в один повторили бунт, который увидели по телевизору. Вечером — после отбоя — набросились на охрану, кулаками забили офицера, потом пошли на ограждение... Было около трех десятков организаторов беспорядков. Остальные пацаны спасали сотрудников-диспетчеров, вывели их из помещения, где шло побоище...

Логика «увидели по телевизору — стали подражать» позволяет исключить разговор об объективных причинах бунта в колонии, связанных с условиями содержания заключенных. И именно «телевизионная» версия вынесена в заголовок. Упрощенный за счет стереотипов подход к социальным, политическим и экономическим проблемам обычно создает у адресата ощущение, что тема раскрыта, и раскрыта достоверно.

Достоверность как атрибут журналистского текста сложно определить однозначно. Но несомненна ее высокая ценность для профессии журналиста. Достоверность журналистских текстов можно отнести и к факторам защиты свободы слова. Б. Н. Лозовский указывает, что часто те, кто требуют ответа, опровержения, возмещения морального вреда, а иногда и уголовного наказания для автора той или иной публикации, делают это с целью «рассчитаться» с журналистом или редакцией за критику. А это можно расценивать как «одну из небанальных форм манипуляции журналистами»³⁶.

³⁶ Лозовский Б. Н. Журналистика: техника безопасности. Тюмень, 2004. С. 25.

И именно достоверность фактов, подкреплённая доказательствами, может служить защитой от таких посягательств на свободу слова.

Более того, достоверность информации в известной мере создаёт журналистику как особый тип дискурса, будучи качеством текста, отграничивающим журналистские произведения от вымысла — от художественной литературы и других дискурсов, безразличных к соответствию реальности.

1.3. Лингвоправовой аспект информационной безопасности СМИ

По материалам Европейского суда по правам человека

Развитие информационной индустрии, её неоднозначное воздействие на жизнь общества привели к необходимости определить отношения между государством, гражданином и средствами массовой информации, так как информационные технологии, с одной стороны, открывают блестящие перспективы развития общества, но, с другой стороны, могут обострить социальные противоречия. Избежать появления новых сфер конфронтации позволит решение проблемы информационной безопасности: разработка её теоретических и практических основ; юридического фундамента; структуры; определение внеязыкового и языкового обозначения. Наша задача — рассмотреть данную проблему на основе взаимовлияния международной правовой базы информационной безопасности и журналистского дискурса.

Государства, имеющие развитую правовую базу и стремящиеся обеспечить безопасность информационных инфраструктур, столкнулись с феноменом «глобальной взаимозависимости национальных информационных пространств и вынуждены были признать, что успех их национальных усилий по охране своего информационного ресурса будет в конечном счёте зависеть от уровня защищен-

ности и “неагрессивности” информационных пространств других, и не обязательно соседних, государств, а всех тех, с которыми их информационные ресурсы объективно связаны»¹. Таким образом, проблема информационной безопасности не имеет территориальных границ, ее решение требует объединения усилий мирового сообщества. Одним из путей решения проблемы является унификация законодательства в этой сфере.

1.3.1. Информационные правоотношения между гражданином, государством и СМИ

4 ноября 1950 г. в Риме государствами-членами Совета Европы была подписана Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод (далее — Европейская конвенция), которая вступила в силу 3 сентября 1953 г. Европейскую конвенцию ратифицировали 40 государств-членов Совета Европы. Одной из основных свобод определена свобода массовой информации. Информационное правоотношение между гражданином, государством и СМИ регулирует статья 10 Европейской конвенции.

Данная статья посвящена свободе самовыражения и информации, в ней провозглашаются не только обеспечение прав и свобод гражданина в информационной сфере, но и ограничения в их осуществлении:

1. Каждый имеет право на свободу выражения своего мнения. Это право включает свободу придерживаться своего мнения, получать и распространять информацию и идеи без вмешательства со стороны государственных органов и независимо от государственных границ. Эта статья не препятствует государствам вводить лицензирование радиовещательных, телевизионных или кинематографических предприятий.

2. Осуществление этих свобод, налагающее обязанности и ответственность, может быть сопряжено с формальностями, условия-

¹ Паляков Ю. А. Информационная безопасность и средства массовой информации. М., 2004. С. 15.

ми, ограничениями или штрафными санкциями, предусмотренными законом и необходимыми в демократическом обществе в интересах государственной безопасности, территориальной целостности или общественного спокойствия, в целях предотвращения беспорядков и преступности, защиты здоровья и нравственности, защиты репутации или прав других лиц, предотвращения разглашения информации, полученной конфиденциально, или обеспечения авторитета и беспристрастности правосудия.

Таким образом, статья 10 гарантирует свободу выражения мнения и свободу информации без вмешательства со стороны государственных органов и независимо от государственных границ; является «основой как для деятельности СМИ, так и для формирования и функционирования права массовой информации в Европе, причем не только в рамках Совета Европы, но и в Европейском союзе, а также непосредственно в государствах-членах этих международных образований»².

В пункте 1 статьи 10 определены основные гарантии и меры защиты права на выражение мнения (в сферу защиты статьи 10 включаются практически все выражения мнения независимо от их содержания). Однако эти права не являются абсолютными (пункт 2). Осуществление прав может войти в противоречие с другими интересами, которые выражены в форме фундаментальных прав, гарантированных согласно иным положениям Европейской конвенции, или в форме законных прав, признанных в договаривающихся государствах. Чтобы определить правомерность любых ограничений, наложенных на свободу самовыражения или информации, необходимо установить, что такое ограничение соответствует трем условиям: 1) предписано законом, 2) преследует правомерную цель, 3) является необходимым в демократическом обществе для достижения такой цели.

Правоохранительным органом в рамках Европейского союза, призванным обеспечивать соблюдение и исполнение государствами-участниками норм Европейской конвенции, является Европей-

² Брагина А. Самый гуманный в Европе? // Законодательство и практика массмедиа. 1996. № 5. С. 15.

ский суд по правам человека (далее — ЕСПЧ, Европейский суд, Суд). Европейский суд был сформирован в 1959 г. в соответствии с Европейской конвенцией. В ЕСПЧ может обратиться частное лицо, группа лиц, неправительственная организация, если были нарушены их права, перечисленные в Европейской конвенции. При этом должно быть соблюдено следующее условие: пострадавшие использовали все возможности для защиты нарушенного права, предоставленные судебной системой их государства, в том числе обращение в высший судебный орган. Правовая система Европейского суда является «living system» (живой системой), так как основана на прецедентах и изменяется с принятием каждого нового решения.

Свобода самовыражения и информации, согласно Европейской конвенции, не абсолютна. Государство может вмешиваться в осуществление этой свободы независимо от средств, с помощью которых выражается мнение, оглашается информация или идеи, но только с ограничениями, установленными в § 2 статьи 10.

ЕСПЧ постановил, что свобода прессы требует определенной защиты, чтобы обеспечить возможность средствам массовой информации играть жизненно важную роль «общественного стража» и распространять представляющую общественный интерес информацию. Те страны, в которых свобода выражения мнения защищена конституцией, провозглашают специальную защиту СМИ. В Германии и Испании считается, что представители СМИ обладают большими, чем кто-либо, правами собирать и распространять информацию. Эти права являются следствием особой роли СМИ в формировании общественного мнения и служении общественным интересам. В некоторых странах (Нидерланды, Швеция, Франция, Германия) на правительство возложена обязанность поддерживать свободу печати и плюрализм мнений (в дополнение к традиционной обязанности воздерживаться от вмешательства).

К правовым методам обеспечения информационной безопасности относится разработка положений, регламентирующих отношения в информационной сфере. В результате рассмотрения конкретных дел Европейский суд разработал ряд принципов, которыми он последовательно руководствуется при принятии решений.

• Свобода выражения мнения — необходимое условие существования демократического общества. ЕСПЧ определил, что свобода выражения мнения представляет собой одну из несущих опор демократического общества и одно из основополагающих условий прогресса общества в целом и самореализации каждого его члена. В Европейском суде было рассмотрено обращение гражданина по поводу запрета заниматься издательской деятельностью за то, что ранее он опубликовал справочное издание для школьников, содержащее советы по вопросам, запрещенным законом. Суд констатировал, что государство действовало в пределах предоставленной ему свободы усмотрения, ссылаясь на положение о защите нравственности, но заявил:

...Свобода выражения своего мнения представляет собой одну из основных опор демократического общества, представляя собой одно из главных условий его прогресса и самореализации каждого из его членов. ...Она применима не только к «информации» или «идеям», которые встречают благожелательный прием или рассматриваются как безобидные или безразличные, но также и к таким, которые оскорбляют, шокируют или внушают беспокойство государству или части населения. Таковы требования плюрализма, толерантности и либерализма, без которых нет «демократического общества» (*Handyside v. United Kingdom*, 1976).

• СМИ — средство реализации целей демократического общества. Долг прессы, считает Европейский суд, состоит в том, чтобы сообщать любым способом, который не противоречит ее обязанностям и ответственности, информацию и идеи по всем вопросам, представляющим общественный интерес. Кроме того, ЕСПЧ отдает себе отчет в том, что «журналистская свобода включает также возможность прибегнуть к некоторой степени преувеличения или даже провокации»³. Эта важнейшая роль характеризует не только права СМИ, но и право общества получать информацию и идеи, распространяемые СМИ.

³ Судебная практика Европейского суда по правам человека по статье 10 Европейской конвенции. Т. 3. СПб., 2004. С. 299.

Суд установил высокий уровень защиты печати, исходя при этом из того, что общественные интересы будут обеспечены наилучшим образом в том случае, если население будет иметь доступ к максимально большому объему информации. Так, в деле «Лингенс против Австрии» главный редактор журнала опубликовал две статьи, в которых содержалась критика австрийского канцлера Крайского и ставилось под сомнение то, что он подходит для осуществления политических функций. Канцлер возбудил два гражданских иска и в обоих случаях выиграл. Редактор же утверждал, что решения австрийских судов ущемляют его право на свободу выражения мнения. Европейский суд согласился с этим и отметил, что «свобода печати... предоставляет публике одно из лучших средств узнавать и оценивать идеи и действия политических руководителей. В более широком смысле свободное проведение политических обсуждений является основой концепции демократического общества, которое занимает главенствующее место во всей Конвенции» (*Lingens v. Austria*, 1986).

Обязательство поощрять право на свободу СМИ требует от правительства создания такой правовой, организационной и экономической среды, которая является оптимальной для деятельности средств информации. Как отметил ЕСПЧ, государство является верховным гарантом принципа плюрализма, который необходим для успешного выполнения общественных задач, стоящих перед СМИ.

- Принципы пропорциональности и эффективности. Принцип пропорциональности означает, что каждая формальность, условие, ограничение или штрафная санкция должны быть пропорциональны преследуемой цели. Пропорциональность подразумевает, что достижение целей, указанных в части 2 статьи 10, должно быть важнее защиты той ценности, которую представляет собой открытое обсуждение вопросов, представляющих общественный интерес. Например, приговор к двум годам тюремного заключения за два памфлета, распространение которых среди солдат явилось нарушением Закона о подстрекательстве к розни, был признан пропорциональной санкцией. Присуждение суммы возмещения ущерба в полтора миллиона фунтов стерлингов за выдвижение серьезных, однако не подтвердившихся обвинений (историк написал

памфлет, в котором обвинял директора колледжа в военных преступлениях) было признано непропорциональным. При этом Комиссия установила, что указанная сумма в три раза превышает размер самой высокой суммы возмещения ущерба из когда-либо назначавшихся к выплате судом в Великобритании (Tolstoy Miloslavsky v. United Kingdom, 1995).

ЕСПЧ учитывает эффективность конкретных принятых государственными органами мер. В деле «Обсервер и Гардиан» Европейский суд принял во внимание, что с 30 июля 1987 г. ситуация с запретом определенной секретной информации в Великобритании изменилась, так как к тому времени информация была опубликована в книге П. Райта «Ловец шпионов». С этого момента информация перестала быть конфиденциальной, она стала доступна из другого источника, причем британское правительство не пыталось запретить ее импортирование. Конфискация и последующее уничтожение тиража еженедельника не явились эффективными мерами предотвращения дальнейшего распространения, предпринятыми в интересах национальной безопасности, потому что информация уже стала доступной из других публикаций, причем сделанных без препятствий со стороны государственных органов (Observer/Guardian, 1991).

В деле «Вебер против Швейцарии» журналист и активист движения по защите окружающей среды были осуждены и приговорены к наказанию за то, что на пресс-конференции нарушили конфиденциальность судебного расследования. Хотя ЕСПЧ согласился с тем, что наказание являлось «предусмотренным законом» и что обеспечение авторитета и беспристрастности правосудия является законной целью в соответствии с пунктом 2 статьи 10, тем не менее Европейский суд усмотрел нарушение статьи 10 в том, что заявитель сообщил факты, которые уже были оглашены на момент проведения пресс-конференции. Суд постановил, что в силу этого швейцарское правительство не может утверждать, что заявитель пытался оказать давление на судебного следователя, а также постановил, что вмешательство в свободу выражения мнения данного лица не могло быть признано «необходимым в демократическом обществе».

• **Принцип равновесия.** Суть данного принципа заключается в том, что необходимо устанавливать равновесие между заинтересованностью прессы в распространении информации и заинтересованностью государства в ограничении доступа граждан к информации. Как утверждает Ю. А. Поляков, анализ зарубежного законодательства показывает, что оно развивается двумя путями. С одной стороны, многие законодательные акты, международные правовые документы утверждают снятие либо сокращение ограничений на информационную деятельность, поощрение конкуренции, создание условий, направленных на большую свободу в работе СМИ и журналистов, развитие информационной индустрии. С другой стороны, эти свободы и открывающиеся возможности необходимо соотносить с интересами общества и государства. А это предполагает введение ограничения на содержание и направленность чьей-то информационной деятельности, защиту прав на неприкосновенность личной жизни, интеллектуальной собственности, защиту не подлежащей оглашению информации, коммерческой тайны, государственных секретов, запрет на информацию или информационную деятельность, направленные на подрыв жизни общества и государства⁴.

Показательным в плане реализации принципа равновесия является дело «Санди Таймс против Великобритании». В нем речь идет о подготовке к печати репортажа, в котором рассказывалось о методах научных исследований и экспериментов фармацевтической компании с болеутоляющим средством «Галидомид». До момента публикации распространилось мнение, что много детей рождалось с врожденными дефектами, поскольку матери во время беременности принимали это лекарство. Получив сигнальный экземпляр газеты со статьей, компания в судебном порядке потребовала запрета на публикацию. Публикация была запрещена. Европейский суд постановил, что запрет представляет собой вмешательство в осуществление газетой своей функции — распространять информацию и идеи, представляющие общественный интерес, и свободно выражать свое мнение. Британское правительство не смогло обосно-

⁴ См.: Поляков Ю. А. Информационная безопасность... С. 19.

вать то, что выполнение запрета на публикацию соответствовало «наущной общественной необходимости», «соответствовало законно преследуемой цели» или что основания, указанные органами государственной власти, были «соответствующими и достаточными по пункту 2 статьи 10». ЕСПЧ постановил, что, «поскольку средства массовой информации не должны преступать границы, установленные в интересах должного осуществления правосудия, они несут ответственность за распространение информации и идей в отношении вопросов, которые рассматриваются в судах, причем в той же мере, как и в отношении других областей, вызывающих общественный интерес. Таким образом, перед средствами массовой информации стоит задача распространять такую информацию и идеи. У общественности же есть право на то, чтобы их получать» (*Sunday Times v. UK*, 1979). Европейский суд указал, что семьи, ставшие жертвами трагедии с «Талидомидом», были жизненно заинтересованы в том, чтобы знать о связанных с этим средством фактах и возможных решениях.

Как показывает практика ЕСПЧ, средствам массовой информации предоставляется сильная защита, если публикуемая информация касается деятельности органов государственной власти и управления. Например, в деле «Коломбани и другие против Франции» редактор и журналист национальной газеты опубликовали статью с выдержками из конфиденциального отчета Европейскому союзу о производстве наркотиков и торговле ими в Марокко. Статья ставила под сомнение желание марокканских властей, главным образом короля, прекратить торговлю наркотиками в этом государстве. Король направил французскому министру иностранных дел официальное требование об уголовном преследовании издания, и заявители были признаны виновными в нанесении оскорблений главе иностранного государства. Европейский суд считает, что «...придать главам государства привилегированный статус, ограждая их от критики только ввиду их положения или статуса, не обращая внимания на то, обоснована критика или нет... означает предоставление главам иностранных государств чрезмерной привилегии, которая несовместима с практикой и современными политическими концепциями» (*Colombani and others v. France*, 2002).

Ограничения или санкции, налагаемые органами власти, могут быть оправданными, если высказанное по ходу еще не оконченного уголовного процесса мнение содержит жесткую критику правосудия или существует вероятность того, что репортаж о судебном процессе повлияет на мнение присяжных. Признаются недопустимыми публикации мнений богохульственного характера, оскорбительных для религиозных чувств человека. В демократическом обществе необходимо ограничение нацистской и фашистской пропаганды, антисемитских высказываний (выражение антидемократических, расистских мнений не защищено статьей 10).

Содержание пункта 2 статьи 10 об обязанностях и ответственности, которые сопряжены с осуществлением права на свободу выражения мнения журналистами, обретает особое значение в конфликтных ситуациях. Особую осторожность следует соблюдать при публикации мнений, которые содержат подстрекательство к насилию, направленному против государства, чтобы СМИ не стали средством разжигания розни и пропаганды насилия. В то же время, если подобные взгляды не подпадают под указанные категории, договаривающиеся государства не могут под видом защиты территориальной целостности или национальной безопасности, а также в целях предотвращения преступлений или беспорядков ограничивать право общественности быть информированной об этих взглядах путем возложения уголовно-правового бремени на СМИ (Erdogdu and Ince v. Turkey, 1999). В деле «Сенер против Турции» ЕСПЧ анализировал содержание статьи, написанной представителем интеллигенции, который выразил свои взгляды на курдскую проблему в Турции. В оспариваемой публикации остро критиковалась политика правительства и действия государственных сил безопасности в отношении курдов. Автор призывал применить мирные методы для возможного урегулирования курдской проблемы вместо военных действий. Он выражал свое неодобрение проявлениям шовинизма, в том числе по отношению как к курдам, так и к туркам. Европейский суд обращает внимание на то, что статья в целом не восхваляет насилие, не подстрекает людей ни к ненависти, ни к мести или взаимным обвинениям, ни к вооруженному сопротивлению. ЕСПЧ далее отметил, что редактор был признан виновным не в подстрекательстве к ненависти или вооруженному сопротивлению, а в сепаратист-

ской пропаганде, поскольку в статье говорилось об определенном регионе Турции как Курдистане и утверждалось, что население курдского происхождения, проживающее в этом регионе, подвергается притеснениям. В этом отношении Европейский суд посчитал, что власти страны в данном случае не придали достаточного значения праву общества быть информированным о различных перспективах ситуации на юго-востоке Турции вне зависимости от того, насколько горькими эти перспективы могут быть для них (Sener v. Turkey, 2000).

1.3.2. Дела о диффамации

ЕСПЧ приходится решать вопрос о наличии или отсутствии дисфункционального воздействия СМИ на читателей, учитывая разные стороны организации журналистского текста. В зависимости от того, какая дискурсивная практика связана с объектом судебного разбирательства, можно говорить о конкретных случаях решения проблемы информационной безопасности. Одной из актуальных практик, анализируемых в Европейском суде, является практика формирования объектов журналистского дискурса. «Выбор и описание объекта, которому придается статус события или персонажа журналистского текста, и есть “конструирование действительности”»; «“Действительность” в журналистском дискурсе — это результат сложившихся практик означивания»⁵. Как только появляются сомнения в достоверности и объективности сообщения, расплываются хронологические и смысловые границы текста и возникают проблемы с характеристикой персонажа, можно говорить о появлении проблемы информационной безопасности в контексте практики формирования объектов журналистского дискурса. Способы решения данной проблемы Европейским судом представлены в делах о д и ф ф а м а ц и и — «распространении порочащих, но не обязательно лживых сведений»⁶.

⁵ Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995—2000). Екатеринбург, 2000. С. 104.

⁶ Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. М., 2002. С. 332.

В деле «Лингенс против Австрии» журналист и редактор венского журнала «Профиль» г-н Лингенс опубликовал две статьи, в которых обсуждалось участие австрийцев в преступлениях, совершенных во время Второй мировой войны. Публикации появились после всеобщих выборов. Автор резко критиковал покидающего свой пост канцлера г-на Крайского за защиту бывших нацистов. Австрийские суды сосредоточились прежде всего на выяснении вопроса, являются ли те выражения в адрес Крайского, которые ставятся в вину г-ну Лингенсу, объективно диффамационными. Было определено, что некоторые из использованных выражений и в самом деле носят порочащий характер: *низкопробный оппортунизм, аморальный, недостойный*⁷. Таким образом, в рассматриваемых статьях постоянно действующее лицо текстов СМИ, которым является федеральный канцлер Крайский, предстает как человек, не достойный заниматься политикой в Австрии. Более того, коннотативные смыслы, связанные с характеристиками поведения г-на Крайского, вводят в текст символические значения более общего плана: Австрия, породившая Гитлера, Эйхманна и множество других военных преступников, так и не смогла примириться со своим прошлым — она его просто игнорирует. Это рискованная политика, которая может привести к тому, что страна окажется в руках нового фашистского движения. Во втором тексте встречается обращение к дискурсивной практике разделения разума и неразумного, безумного в речи и с ее помощью: «В действительности, поведение г-на Крайского нельзя критиковать с рациональных позиций. Его можно осуждать только с иррациональной точки зрения...» Как отмечает Э. В. Чепкина, «безумие — популярная в современных российских СМИ метафора для оценки положения дел в политике, экономике, жизни государства в целом»⁸. То же можно сказать и о зарубежных СМИ: австрийский журналист переносит «безумное»,

⁷ Ср.: «Если бы они [критические нападки] прозвучали из уст кого-либо еще, их можно было бы назвать *низкопробным оппортунизмом*»; «В действительности поведение г-на Крайского нельзя критиковать с рациональных позиций. Его можно осуждать только с иррациональной точки зрения: оно *аморально и недостойно*» (Lingens v. Austria, 1986).

⁸ Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс... С. 66.

иррациональное в поступках канцлера на состояние всего общества: «...много людей “уже” смогло закрыть глаза на существование гор трупов [жертв нацизма]» (Lingens v. Austria, 1986). В своей жалобе в Европейский суд Лингенс утверждал, что замечания, о которых идет речь, представляли собой оценочные суждения, сделанные им в осуществление права на свободу выражения мнения. ЕСПЧ разделил эту точку зрения. В решении по делу «Лингенс против Австрии» Суд постановил, что следует тщательно разделять факты и оценочные суждения: «Существование фактов может быть доказано, тогда как истинность оценочных суждений не всегда поддается доказыванию... В отношении оценочных суждений выполнить это требование невозможно, и оно нарушает саму свободу выражения мнений, которая является основополагающей частью права, гарантированного статьей 10 Конвенции» (Lingens v. Austria, 1986).

Анализируя американскую судебную практику, А. Г. Рихтер выделяет следующие критерии отделения мнения от факта: 1) стиль статьи (использование в журналистском материале точного языка или туманных выражений и напыщенного слога: если материал состоит из точных выражений, которые говорят о конкретных вещах, статью можно охарактеризовать как содержащую факты; если же автор изъясняется напыщенным языком или прибегает к туманным выражениям, то скорее всего в статье подается субъективное мнение); 2) проверяемость (факт соответствует истине, мнение характеризуется по принципу «справедливое или несправедливое»); 3) критерий контекста (выяснение того, в какой части издания помещена статья); 4) понимание читателем того, что в материале использованы художественно-изобразительные средства речи, присущие выражению мнения, а не факта; 5) наличие политических обвинений, которые квалифицируются как выражение мнения; 6) нейтральность репортажа (в статье журналист не высказывает свою точку зрения, не проводит собственного расследования и не становится на чью-либо сторону)⁹.

В деле «Дичанд и другие против Австрии» заявители опубликовали статью, в которой утверждалось, что национальный поли-

⁹ См.: Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. С. 277—278.

тический деятель, занимавшийся юридической практикой, выступил в парламенте с законодательным предложением, целью которого было достижение личной выгоды для его частной клиентуры. В статье говорилось, что адвокат *не намеревается подчиняться нравственным принципам*, его взгляды названы *недостойными уважения*, а сам политик — *явно толстокожим*. ЕСПЧ заключил, что утверждение в публикации является оценочным суждением, а не утверждением о факте, а значит, от заявителей нельзя было требовать доказательства истинности подобных заявлений для возможности опубликовать их. Европейский суд обратил внимание на то, что критерий, примененный национальным судом, в соответствии с которым заявители должны были доказать, что предложенная политиком-юристом поправка к Акту об исполнении решений отвечала исключительно интересам клиентов адвоката, наложил «чрезмерное бремя» на заявителей. В отношении резкости утверждений, высказанных авторами статьи, Европейский суд отметил: «Действительно, на слабом фактическом основании заявители опубликовали статью, в которой содержалась резкая критика с использованием крепких выражений и полемичного языка. Однако следует помнить, что статья 10 защищает также информацию и идеи, которые оскорбляют, шокируют или беспокоят» (Dichand and others v. Austria 2002).

ЕСПЧ проявляет более высокую степень терпимости в отношении «сильных выражений», если они высказываются в адрес политиков, правительства или органов власти. Пресса играет важную роль в тщательном рассмотрении действий политических деятелей, которые благодаря своей публичности должны выдерживать более сильную критику, чем обычный человек.

Автор высказывания, которое выражено в грубой и оскорбительной форме, должен нести определенную ответственность. Но такая ответственность не должна наступать в зависимости от того, в состоянии ли лицо, использовавшее такие выражения, доказать справедливость своего мнения, и степень оскорбительности слов должна оцениваться с учетом всех обстоятельств дела. В деле «Обершлик против Австрии» г-н Обершлик был признан виновным в нанесении оскорбления австрийскому политическому деятелю г-ну Хайдеру, которого он назвал «идиотом», употребив это слово в за-

головке («P. S.: “Идиот” вместо “Нацист”»)) и в тексте напечатанной статьи. Региональный суд счел слово само по себе оскорбительным, поэтому лишь его использования было достаточно, чтобы счесть привлечение к уголовной ответственности оправданным. Апелляционный суд Вены выразил мнение, что для нанесения оскорбления достаточно было того, что это слово появилось в заголовке статьи, поскольку читатели, не знакомые ни со статьей, ни с выступлением г-на Хайдера, станут ассоциировать это слово не с выступлением политика, а с его персоной. ЕСПЧ не принял эту точку зрения: судебные решения должны рассматриваться в свете всего дела в целом — Европейский суд интересовало само выступление г-на Хайдера, которое носило провокационный характер (политик заявил, что пользоваться свободой мнения могут лишь те, кто рисковал своей жизнью во Второй мировой войне), а также статья и комментарий г-на Обершлика, в которых он объяснил, почему высказывания г-на Хайдера натолкнули его на использование слова «идиот». Суд решил, что журнальная статья и слово «идиот» «были частью политической дискуссии, вызванной речью г-на Хайдера, и сводились к выражению определенного мнения, правдивость которого не требует доказательств» (*Oberchlick v. Austria*, 1997).

Европейский суд указал относительно «спорного тона статьи, который Суд не одобряет... что статья 10 предусматривает защиту не только содержания идей и информации, но и способа их передачи» (*Oberchlick v. Austria*, 1997). Таким образом, ЕСПЧ распространяет защиту свободы выражения мнения не только на содержание, но и на форму высказывания.

Европейский суд учитывает, была ли у оскорбительных утверждений фактическая основа, которая, однако, может быть относительной. В соответствии с решением по делу «Торгер Торгерсон против Исландии» оскорбительные заявления могут быть основаны на «историях» или «слухах», если их источники достаточно многочисленны, а сами они настолько единообразны, что можно им доверять (*Thorgeir Thorgeirson v. Iceland*, 1992).

С проблемами достоверности информации и декодирования сообщений адресатом Европейский суд может столкнуться уже на уровне заголовка. Показательным является дело «Гавенда против

Польши», в котором ставятся вопросы истинности передаваемой информации и верного считывания данной информации читателями. Так, польские суды отклонили требование Й. Гавенды о регистрации двух периодических изданий, которые он намеревался издавать. Национальный суд посчитал, что название периодического издания должно соответствовать его содержанию. Предложенное заявителем название «Общественно-политический ежемесячник — Европейский Моральный Суд» подразумевало бы, что в городе Кети находится некое учреждение европейского масштаба, что не соответствует действительности, таким образом, название ввело бы в заблуждение предполагаемых покупателей. Данное название могло быть неадекватно воспринято и его читателями, так как едва ли можно предположить, что периодическое издание общеевропейского масштаба могло издаваться в Кети. Заявителю было предложено изменить название, убрав выражение «Европейский Моральный Суд», но он отказался это сделать. Несколько месяцев спустя польский суд вновь отклонил просьбу заявителя о регистрации периодического издания «Германия — тысячелетний враг Польши». Суд посчитал, что регистрация издания с предложенным названием будет пагубной для урегулирования польско-немецких отношений и международных отношений в целом. Апелляционный суд посчитал, что это название не будет соответствовать действительности и, таким образом, даст искаженную картину существующих отношений.

ЕСПЧ решил, что польские суды допустили ошибку, истолковав норму национального законодательства так, что закон дает им полномочия отказывать в регистрации печатных изданий в том случае, когда название не удовлетворяет критерию достоверности: «...Требовать, чтобы в названии журнала была воплощена правдивая информация... недопустимо с точки зрения свободы печати. Название периодических изданий — не утверждение как таковое, поскольку, по существу, его функция — идентифицировать данное периодическое издание на рынке прессы для его фактических и предполагаемых читателей» (Gaweda v. Poland, 2002).

Об информационной безопасности государства в лице национальных судов говорят тогда, когда в журналистских текстах на-

чинают усматривать социальное дезориентирование аудитории, которое может привести к необратимым последствиям самоидентификации как отдельной личности, так и общества в целом. Например, в деле «Коломбани и другие против Франции» национальный суд определил в действиях журналистов «Le Monde» отсутствие установки на формирование истины, что подрывало межгосударственные отношения и дезориентировало читателей. Предысторией события является обращение государства Марокко с заявлением о принятии его в Европейское сообщество. Чтобы оценить кандидатуру, Европейской комиссии понадобилась полная информация о производстве марихуаны в этом государстве и о мерах по борьбе с этим злом. По данному делу Геополитическая обсерватория наркотиков передала свой отчет Комиссии в феврале 1994 г. Чтобы более эффективно использовать документ на переговорах, проводимых с марокканскими властями, Комиссия попросила у Геополитической обсерватории наркотиков составить новую версию отчета, изъав из текста имена торговцев наркотиками. Первоначальная версия оставалась конфиденциальной. Оригинальный отчет «Le Monde» осветила осенью 1995 г. В своих статьях «Le Monde» продемонстрировала парадоксальную логику развития событий: в 1992 г. королевское правительство громко объявило о «войне с наркотиками», а к 1994 г. Марокко стало основным экспортером гашиша в мире и ведущим его поставщиком на европейский рынок. Журналисты сделали вывод: коррумпированные чиновники обеспечивают поддержку и защиту торговой сети наркотиков. На уровне макротекста анализируемая информация является центральным событием: короткая статья была напечатана на первой полосе под названием «Марокко — ведущий мировой экспортер гашиша» и подводила итог выводам в отчете Геополитической обсерватории наркотиков. На второй полосе была опубликована развернутая статья под названием «Конфиденциальный отчет обвиняет марокканскую власть в торговле гашишем». Заголовки публикаций и подзаголовок ко второй статье («Согласно этому документу, заказанному Европейским союзом у Геополитической обсерватории наркотиков, Марокко является основным мировым экспортером и ведущим поставщиком гашиша на европейский рынок. Этот документ указывает на прямую

ответственность королевского двора за участие в этом прибыльном бизнесе» (Colombani and others v. France, 2002 г.)), в частности слова *конфиденциальный отчет, обвиняет, согласно этому документу, Марокко является* передают модальность достоверности. Объективность информации подчеркивается стилем изложения: безоценочное изложение фактов, отсутствие субъективных комментариев и экспрессивной лексики.

Парижский апелляционный суд признал журналистов виновными в нанесении оскорбления главе иностранного государства. Как отметил суд, поскольку журналист не предпринял «попытки проверить точность комментариев Геополитической обсерватории наркотиков», односторонне придерживался версии этой организации, «делая себя официальным представителем позиции, содержащей серьезные обвинения», не позволив выразить ни малейшего сомнения в серьезности этого информационного источника, он злоупотребил доверием читателей. Кроме того, Апелляционный суд подчеркнул, что журналист не попытался проверить, оставались ли осенью 1995 г. результаты исследований, проведенных в 1994 г., по-прежнему актуальными.

Европейский суд не согласился с тем, что журналисты должны были проверять факты, изложенные в отчете Европейской комиссии. «...Пресса в норме должна иметь право в ситуациях, когда она вносит свой вклад в общественную дискуссию по вопросам, представляющим законный интерес, полагаться на содержание официальных отчетов, не предпринимая независимых расследований. В противном случае, печать не будет в состоянии выполнять необходимую роль “сторожевого пса”» (Colombani and others v. France, 2002). Важно, чтобы СМИ не опасались уголовных и других санкций и вследствие этого не воздерживались от передачи мнений по вопросам общественного значения.

Практики формирования объектов журналистского дискурса всегда тесно связаны с идеологическими позициями органов СМИ и отдельных журналистов, так как «события, персонажи — служат означающими для идеологических коннотаций»¹⁰. Собственная

¹⁰ Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс... С. 186.

идеология создается также и государством, которое «может взять на себя роль катализатора происходящих перемен, координатора действий различных субъектов общества, сформировать такую экономическую, правовую и нормативную базу, которая направит их в русло, благоприятное для развития общества и личности»¹¹. Когда в журналистских текстах появляются сигналы критики в адрес государства, отдельных его структур и чиновников, указания на отступления государственной практики от декларируемых целей и принципов, государство в лице национальных судов нередко поднимает вопрос об информационной безопасности. В ответ на обвинения местных властей Европейский суд по делам «Обершлик против Австрии», «Лингенс против Австрии» признал, что свобода прессы есть лучшее средство формирования общественного мнения о личности и поведении политических лидеров; по делу «Торгер Торгерсон против Исландии» ЕСПЧ принял во внимание, что статьи, сообщающие о фактах жестокости со стороны полиции, затрагивали вопросы, касающиеся всего общества. В деле «Лопеш Гомеш да Сильва против Португалии» рассматривалось обвинение в диффамации: менеджер ежедневной газеты жестко критиковал кандидата Сильву Резенде, принявшего участие в муниципальных выборах. В отличие от Уголовного суда г. Лиссабона, который оправдал заявителя, Апелляционный суд счел выражения *нелепый, потешный и ярый* оскорбительными по отношению к кандидату и выходящими за рамки свободы выражения мнения. Апелляционный суд установил, что эти выражения могли быть истолкованы не только как нападки на политические взгляды г-на Сильвы Резенде, но и применительно к нему лично. ЕСПЧ признал, что статья Лопеш Гомеш да Сильва, в частности выражения, которые он использовал, носят спорный характер, но не представляют собой необоснованные личные нападки, так как автор подкрепляет их объективными пояснениями. Европейский суд в этой связи обратил внимание, что зачастую политическая брань переливается в личную сферу — таков риск политики и свободного обсуждения идей, выступающих гарантами демократического общества. Соответственно журналист

¹¹ Поляков Ю. А. Информационная безопасность... С. 5.

высказал мнение, сформированное в отношении политических убеждений г-на Сильвы Резенде, который сам регулярно выступал в прессе в качестве комментатора. Если бы подобное мнение не имело под собой фактической основы, оно могло бы считаться неуместным, но в свете установленных фактов таковым не является. Суд посчитал, что высказанные г-ном Сильвой Резенде мнения, которые были опубликованы наряду с редакционной статьей, носили озлобленный, провокационный характер и выходили за рамки простой полемики, например: *Лысый еврей* [г-н М. Лоран Фабиус, премьер-министр Франции], *который тратит свою жизнь... на болтовню в поддержку атеизма и Республики...; Прошлое семейства Клинтонов... и сам стиль их предвыборной кампании в Белый дом являются ключом для понимания новой конспиративности левых, которая имеет максимальный уклон в сторону войны на чужой собственности, культа агностицизма, нравственного релятивизма, социального лицемерия, нечеловеческого атеизма жизни; Масонская ложа и еврейская синагога, хотя и не настаивают на инициации своих прав и деятельности, постоянно заигрывают с властями предержащими*; и т. п. (Lopes Gomes da Silva v. Portugal, 2000). Таким образом, стиль статьи журналиста был обусловлен стилем статей г-на Сильвы Резенде. Кроме того, напечатав наряду со своей редакционной статьей многочисленные отрывки из недавних публикаций политика, Лопеш Гомеш да Сильва действовал в соответствии с правилами журналистской профессии. Он не только высказал свое мнение относительно этих комментариев, но и позволил читателям сформировать самостоятельное мнение о кандидате.

Пункт 2 статьи 10 Конвенции допускает весьма узкие рамки ограничений в отношении политических выступлений или дискуссий по вопросам общественной значимости. Пределы допустимой критики значительно шире по отношению к правительству, чем по отношению к частному лицу или даже политическому деятелю. В демократическом государстве действия правительства должны быть предметом пристального внимания со стороны общества. Главенствующее положение правительства само по себе требует от него проявления сдержанности в применении уголовного наказания, особенно в тех случаях, когда доступны другие средства для

ответа на необоснованные нападки и критику со стороны его противников. Однако в компетенции государственных властей остается возможность принятия мер (даже на уровне уголовного законодательства), целью которых является адекватное реагирование на подобные высказывания («Инкал против Турции», 1998; «Сенер против Турции», 2000).

В деле «Обершлик против Австрии» г-н Обершлик обратился с жалобой на генерального секретаря Либеральной партии г-на Грабхер-Мейера, который предложил на 50 % увеличить семейные пособия женщинам, имеющим австрийское гражданство, с тем чтобы у них не возникало оснований прибегать к абортam по финансовым причинам, и уменьшить на 50 % размер таких пособий у женщин-иммигранток. Австрийский журналист и ряд других лиц обратились в прокуратуру с требованием привлечь политика к уголовной ответственности. Одновременно с обращением в прокуратуру заявитель опубликовал содержание жалобы в журнале, сравнивая выдвигаемое г-ном Грабхер-Мейером предложение с нацистскими методами в политике. Журналист в тексте акцентирует внимание на том, что политический деятель использует оппозицию «свои — чужие». Противопоставление базируется в первую очередь на этнической принадлежности персонажей, о которых идет речь. «Свои» — это австрийские женщины, финансовое положение которых предлагается улучшить; «чужие» — матери из семейств рабочих-иммигрантов и их еще не рожденные дети. С точки зрения г-на Обершлика, такая оппозиция представляет рабочих-иммигрантов как *худший, бесполезный или менее ценный сектор населения в целом, изображает их не заслуживающими или недостойными уважения со стороны окружающих их людей* (Oberchlick v. Austria, 1991). Национальные суды обратили особое внимание на жанр публикации и постановили, что публикация в форме жалобы по поводу совершения уголовного преступления была направлена на то, чтобы содержащееся в ней обвинение в отношении политического деятеля оказало особенно яркое впечатление на среднего читателя. В своем решении австрийский суд нашел, что в рассматриваемой публикации, несмотря на то, что ее назначение обозначено как «уголовное обвинение», тем не менее создается впечатление, что имело место уголовно-на-

казуемое деяние, и это «порочит» репутацию политика (Oberchlick v. Austria, 1991).

ЕСПЧ не согласился с такой трактовкой. Опубликованная г-ном Обершликом «жалоба» начиналась с изложения фактических обстоятельств дела, т. е. с репортажа о заявлениях г-на Грабхер-Мейера. Затем следовал анализ этих заявлений, на основании которого авторы сообщения делали вывод, что политический деятель осознанно выражает идеи, аналогичные тем, которые проповедовались нацистами. Последнюю часть сообщения Европейский суд рассматривает как оценочное суждение, выражающее мнение авторов по поводу предложения, сделанного г-ном Грабхер-Мейером. В основу этого мнения было положено сопоставление указанного предложения с отрывками из Манифеста национал-социалистической партии. По мнению Суда, ввиду важности обсуждаемой проблемы нельзя сказать, что, выбрав данную форму публикации, г-н Обершлик преступил пределы свободы слова.

Европейский суд по правам человека в своих решениях затрагивает еще один аспект проблемы информационной безопасности, который связан с практиками формирования ролей коммуникантов. Нарушения дискурсивных правил с позиций адресанта и адресата способны провоцировать негативные реакции в обществе, увеличивать психическую напряженность публики. Приведем в качестве примера дело «Йерсилд против Дании», в котором нарушение запрета на объект высказывания повлекло за собой аффективную реакцию. Журналист Йенс Олаф Йерсилд получил интервью на радио от группы молодых людей, называвших себя «зелеными куртками», речь шла в основном об их расистских взглядах. Интервьюер группировал комплекс вопросов вокруг социальной проблемы (расистские настроения молодых людей, социальное происхождение и окружение «зеленых курток»), стремясь максимально полно раскрыть ее для аудитории. Вопросы журналиста (*Ты расист?, Что случилось с тобой?, Что для тебя значит Ку-клукс-клан?, Вы бросали шарики с краской в окна семей иммигрантов?, Хотелось ли бы тебе, чтобы твой ребенок рос так же, как ты?* и т. п.) давали возможность узнать его мнение, увидеть реакцию на ответы молодых людей. Однако после телевизионного эфира Йенс Олаф Йер-

силд был осужден и признан виновным в оказании пособничества и подстрекательстве к выражению расистских заявлений: во время интервью члены указанной группы отпускали оскорбительные замечания в адрес иммигрантов и некоторых этнических групп в Дании (чернокожие — *это вылитые гориллы*; *Ниггер не человек, это животное. То же самое можно сказать и о других иностранных рабочих...*; и т. п.). Национальный суд заявил, что журналист поощрял «зеленые куртки» к выражению расистских взглядов (что преследуется законом), в эфире не прозвучали уравнивающие замечания, несмотря на то, что после съемки видеозапись подверглась редактированию. Таким образом, данное интервью, по мнению судей, способствовало широкому распространению расистских высказываний.

Европейский суд отметил особую важность борьбы с расовой дискриминацией. Важно то, что сам журналист не делал предосудительных заявлений. Интервью предшествовал сюжет, в котором была определена цель передачи — показать лиц, придерживающихся расистских взглядов, описать их образ мыслей и социальное происхождение. С помощью интервью были показаны и проанализированы взгляды группы молодых людей, затронуты отдельные аспекты проблемы, вызывающей большой общественный интерес; очевидно, что пропаганда расистских взглядов не являлась целью репортажа. «Репортажи, основанные на интервью... представляют собой одно из важнейших средств, при помощи которых пресса может играть свою исключительно важную роль “стража общественных интересов”»; «Наказания журналистов за содействие в распространении заявлений, сделанных другим лицом в ходе интервью, могли бы серьезно помешать прессе вносить свой вклад в обсуждение проблем, представляющих общественный интерес, если только речь не идет об особо серьезных ситуациях» (Jersild v. Denmark, 1994).

Сходная проблема была рассмотрена Судом в отношении журналиста из Люксембурга. В одной из радиопередач журналист процитировал отрывки из газетной статьи, где говорилось, согласно источнику, хорошо знакомому с этой сферой промышленности, что все восемьдесят чиновников Комиссии водного и лесного хо-

заявления Люксембурга, за исключением одного, коррумпированы. Национальным судом журналист был обвинен в диффамации на том основании, что формально не дистанцировал цитируемое утверждение от собственного, чем фактически поддержал изложенную точку зрения. ЕСПЧ посчитал, что заявитель понес наказание за утверждения, сделанные другим лицом, в связи с чем данный вопрос затронул важную проблему свободы выражения мнения: «Общее требование к журналистам систематически и официально дистанцироваться от содержания цитаты, которая может оскорбить или спровоцировать других людей или нанести вред их репутации, несовместимо с ролью прессы предоставлять информацию по текущим событиям, мнениям и идеям» (Thoma v. Luxembourg, 2001). Было установлено: журналист указал, что начинает цитату, и назвал имя автора статьи. В дополнение он охарактеризовал статью коллеги как написанную «жестким языком». Журналист также обратился за комментариями к третьей стороне — владельцу лесных угодий.

Сформулированные Европейским судом принципы и положения, основанные на содержании статьи 10 Европейской конвенции, представляют, на наш взгляд, основные направления обеспечения информационной безопасности: 1) наделение гражданина свободой производить, передавать и распространять информацию; 2) запрет цензуры; 3) соблюдение гарантий свободы массовой информации; 4) возможность ознакомления с различными оценками событий в обществе. Дискурсивные практики, рассмотренные в юридических делах, позволяют выявить языковые механизмы декодирования журналистского текста разными адресатами и определить наличие или отсутствие дисфункционального воздействия СМИ.

2. ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ

2.1. Трансформации образа регионального политика: возможности манипулирования

Манипулятивный эффект, оказываемый СМИ на аудиторию, очевиден. Основной силой и оружием журналистов признана информация. Именно информация, оперативное ее использование являются властным ресурсом в обществе:

Рассматривая роль массовых коммуникаций и их влияние на политические процессы, российские политологи отмечают, что в постиндустриальном обществе власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние денег и государственного принуждения. Причем непосредственными носителями, и особенно распространителями знаний и другой социально значимой информации являются средства массовой коммуникации¹.

СМИ как обладатели информации (по крайней мере, в большей степени, чем другие субъекты) сыграли огромную роль в становлении новой России. Благодаря СМИ корректировалась расстановка политических сил, формировалось мнение масс о лидерах политических организаций; приемы манипулирования сознанием аудитории, используемые в СМИ, создавали определенные настроения

¹ Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию. М., 1995. С. 254.

в обществе². Роль СМИ в жизни человека подробно описана в литературе: «СМИ — условие успешной карьеры, СМИ — средство развлечения, СМИ — способ ориентации, СМИ — средство обучения, СМИ — поле для творчества, СМИ — сфера самораскрытия, СМИ — катализатор всех социальных процессов»³. СМИ имеют настолько весомое положение в политической, экономической, культурной и других сферах человеческого существования, что журналистов относят чуть ли не к ведущим факторам влияния на будущее России. На наш взгляд, это, безусловно, преувеличение, однако предметом внимания исследователей журналистики становится не только воздействующая сила СМИ, но и безопасность человека, связанная с использованием информации. Появляются новые термины: «информационная безопасность», «информационные войны», «информационная травма», «информационная терапия» (И. Дзялошинский, Г. Почепцов, Е. И. Пронин, Е. Е. Пронина).

Наша работа также посвящена одному из аспектов информационной безопасности (ИБ) применительно к журналистике. Во-первых, под ИБ подразумевается безопасность самих журналистов. В данном случае речь идет о защите самих журналистов от манипулирования ими со стороны государственных, властных структур, о возможности получения журналистами информации.

Во-вторых, ИБ определяется как «такое состояние системы СМИ, когда все социальные субъекты надежно обеспечены полной, достоверной, оперативно поступающей информацией, позволяющей ориентироваться в действительности и принимать оценочные и поведенческие решения; имеют доступ к информационным ресурсам и СМИ в соответствии с их стоимостью и режимом получения; могут знакомиться с различными позициями, точками зрения и оценками общественно значимых явлений и событий...»⁴.

² См об этом: *Балынская Н. Р., Миронов Ю. В. Функционирование СМИ как субъекта политики в условиях новой России // Судьба России. Вектор перемен. М., 2007.*

³ *Пронин Е. И., Пронина Е. Е. Информационная безопасность: медиатерапия против политтехнологий // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Екатеринбург, 2008. С. 21.*

⁴ *Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь. Екатеринбург, 2004. С. 37.*

В-третьих, ИБ — это понятие, связанное с безопасностью общества, на которое выливаются в помощью СМИ агрессия, политические страсти, иногда самые грязные и низкие выяснения отношений между представителями власти, между политическими деятелями и СМИ и т. п. В этом случае под расширением, развитием, поддержкой ИБ подразумевается ограничение агрессивных текстов в СМИ, уменьшение давления на адресата, снижение манипулирования мнением и эмоциями читателей СМИ. Данное понимание ИБ ближе к целям нашей работы, его мы будем считать рабочим определением ИБ. Однако хотелось бы высказать еще некоторые соображения относительно самого термина «информационная безопасность».

На наш взгляд, под информационной безопасностью подразумевается некий смысловой ряд: «безопасность — спокойствие — мир», которому на понятийном и языковом уровнях противопоставлен другой ряд: «опасность — угроза — война». Применительно к человеческим отношениям понятия «мир — война», «спокойствие — угроза» понятны и верны. Но насколько правильно говорить об ИБ, а уж тем более об информационной войне применительно к СМИ? Война, информационная или любая другая, подразумевает наличие врага, наличие стратегии действий, причем сознательно разработанной и долговременной, чтобы одержать победу над врагом. А кто может выступать сегодня врагом СМИ? Государство, чьи интересы СМИ в большинстве своем поддерживают? Можно ли говорить о стратегии, продуманном и долговременном плане действий всей совокупности СМИ? На наш взгляд, нельзя, поскольку СМИ не имеют четкого (да иногда даже и приблизительного) представления о том, каковы будут в ближайшее время расстановки политических или экономических сил. Журналисты отражают определенные политические, экономические, социальные интересы, очень многие издания делаются сегодня по указке учредителей и/или собственников. Журналисты подчас не знают, какое руководство к действию получают к обеду, будет ли оно соответствовать тому, которое было оглашено к завтраку. Отсюда, на наш взгляд, правомернее говорить не об информационной безопасности, не об информационной войне, а об управлении информа-

ции ей, о факторах, влияющих на корректирование потоков информации (обсуждение границ термина ИБ см. в работах И. Дзялошинского).

Тем не менее мы принимаем сам термин ИБ в силу устойчивости его употребления и намерены проанализировать тексты СМИ с точки зрения ИБ в следующих аспектах: 1) показать воздействующий потенциал текста; 2) предположить негативный или положительный эффект, который оказывает материал СМИ на аудиторию. Подобный анализ журналистских текстов с точки зрения их воздействующей силы практикуется давно. Множество работ посвящено манипуляции сознанием и эмоциями адресата со стороны СМИ (Е. Л. Доценко, Г. Грачев, С. Кара-Мурза, А. Цуладзе, В. П. Шейнов), агрессии в СМИ (Ю. Щербинина, Н. Муравьева, В. Жельвис), конструированию в СМИ особой реальности для адресата (И. Дзялошинский, Г. Почепцов). Близким вопросам посвящены работы Н. Н. Богомоловой, Ю. А. Ермакова, Ю. А. Шерковина и других авторов. Таким образом, понятие информационной безопасности во многом связано с такими понятиями, как манипулирование, воздействие СМИ на аудиторию, хотя, безусловно, намного шире этих понятий.

В рамках разработки проблем ИБ учеными вводятся новые термины: медиатерапия, медиааналитика, медиаобразование, медиапсихология. Вырабатывается система медиапсихологической защиты населения от информационных атак СМИ⁵.

В рамках обозначенного нами аспекта ИБ мы рассмотрим деятельность СМИ по отношению к адресату. СМИ действительно оказывают большое влияние на представление аудитории о мире, о современной жизни, создают образ реальности, с которой адресат лично не знаком, сообщают то, что человеку помогает ориентироваться в информационных полях, потоках сведений. СМИ могут навязывать определенные мнения, создавать убеждения. Например, в глазах читателей и зрителей намеренно создается положительный или отрицательный образ лидера какой-либо политической партии, руководителя какой-либо отрасли, области,

⁵ См.: Пронин Е. И., Пронина Е. Е. Информационная безопасность...

города и т. д. Создается оценочное представление о действиях конкретного представителя руководства местного или государственного уровня, навешиваются определенные ярлыки, чтобы объект описания был не просто узнаваем, а за ним стояла целая цепочка знаний о нем самом, его деле, отношении к делу, знания о том, как оценивают его окружающие, и т. д. Все это навязывается адресату СМИ. СМИ активно используют различные приемы манипулирования сознанием и эмоциями адресата, а тот факт, что манипулятивный процесс широко изучается исследователями и подробно описывается в литературе, приводит к тому, что авторы СМИ все более умело применяют средства воздействия и манипулирования в своих текстах.

В качестве примера того, как журналисты меняют представление своей аудитории о политическом лидере, разберем тексты Агентства политической информации (далее — АПИ).

Агентство работает в Екатеринбурге уже более 10 лет, оно контролируется администрацией города, т. е. в первую очередь ориентируется на интересы мэра, А. М. Чернецкого. Политическая борьба между городской администрацией Екатеринбурга (мэр А. М. Чернецкий) и администрацией Свердловской области (губернатор Э. Э. Россель) велась давно, на протяжении многих лет. Эта «война» видна как в СМИ, контролируемых городскими властями, так и в СМИ, контролируемых областными властями. Тексты АПИ хорошо иллюстрируют наш тезис о том, что журналисты подчинены своему политическому руководителю, т. е. используют заданный объем информации и интерпретируют эту информацию в соответствии с указаниями сверху. Эта зависимость напрямую влияет на характер оценок, способы подачи сведений, методы отбора фактов, языковое оформление материалов. Это видно в текстах АПИ, посвященных губернатору Свердловской области Э. Э. Росселю. Проанализируем данные тексты за период с конца 2004 до начала 2007 г., чтобы показать, как АПИ, рисуя образ Росселя, реагировало на изменение отношений между двумя политиками — Росселем и Чернецким, как менялись акценты и оценки в создании образа губернатора ввиду тех политических изменений, которые происходили в регионе.

В целом, картина выглядит следующим образом. 2004-й год — АПИ поддерживает противостояние город — область, периодически появляются материалы, негативно характеризующие Росселя. В 2005 г. ситуация накаляется, АПИ открыто дискредитирует губернатора, в адрес Росселя предъявляются нешуточные претензии, конфликт город — область обостряется. АПИ официально разрешено дискредитировать противника, ситуация в городе и области позволяет журналистам создавать резко негативный имидж «неудовольственного» политика. Можно сказать, что нет повода для перемирия, нет преград для того, чтобы игнорировать поводы для очернения губернатора. Однако уже к лету 2005 г. наступает период затишья. Именно в это время политические лидеры получили сигнал из Москвы о том, что Россель будет переизбран губернатором в третий раз, а Чернецкий по-прежнему станет избираться на пост мэра народным голосованием, а не по «московскому заказу». Кроме того, город получит финансирование на строительство метрополитена и дорог лишь в том случае, если взаимное противостояние между городом и областью прекратится. Вдобавок ко всему именно в этот период Э. Э. Россель должен был стать почетным гражданином Екатеринбурга. По сути, представителям разных властных структур было «сверху» запрещено негативно отзываться друг о друге в СМИ. В журналистских кулуарах это называется «дружить по причине». АПИ было вынуждено реагировать на данное указание. По сравнению с уровнем агрессии, адресуемой в адрес правительства области весной 2005 г. (см. АПИ, 28.04.05: «Россель потерял хватку и практически отошел от дел»), летние публикации гораздо менее агрессивны и резки по отношению к Росселю и его команде. Ситуация в городе и области стабилизируется. Тексты АПИ становятся ровнее, прямые выпады против губернатора исчезают. 2006-й год проходит относительно спокойно. Росселя назначают в третий раз на должность губернатора Свердловской области. АПИ позволяет себе редкие и не прямые выпады в его адрес, а сам Россель уже не пропагандирует активно идею создания «центрального округа Свердловской области» (идея, которая очень раздражает команду городской администрации). В конце 2006 — начале 2007 г. держится зыбкий нейтралитет. Во-первых, это связано с тем, что регион

более активно начинает развиваться, появляются инвесторы, которые одинаково предоставляют финансирование и городским, и областным властям. Во-вторых, в декабре 2006 г. в Екатеринбурге состоялся съезд партии «Единая Россия», членами которой являются как мэр, так и губернатор. Поэтому в декабре 2006 г. мы встречаем в АПИ только краткие, данные вскользь высказывания в адрес Росселя. Кроме того, в России грядут выборы в Государственную думу, поэтому по политическим соображениям начинается сближение Чернецкого и Росселя, что отражается и в текстах АПИ. 2007-й год характеризуется спокойствием: будучи членами партии «Единая Россия», Чернецкий и Россель выражают публичное уважение друг к другу. АПИ в своих комментариях занимает нейтральное положение.

Таким образом, в результате изменений отношений между ведущими политиками меняются позиции АПИ. Меняется способ подачи образа губернатора Росселя. Это сказывается и на выборе жанров текстов о нем, на частоте упоминания его имени. Меняются языковые средства, создающие образ этого человека, характеризующие его деятельность и, следовательно, создающие отношение к нему со стороны адресата. Рассмотрим некоторые тексты.

Материалы АПИ 2004 г. отличаются яркой эмоциональной насыщенностью, обилием прямых негативных оценок в адрес Э. Э. Росселя. Например:

**Путинские тезисы о вертикали власти —
каждый услышал то, что захотел
(15 сентября 2004 г.)**

В понедельник, 13 сентября, президент России Владимир Путин провел в Москве расширенное заседание правительства РФ, в котором приняли участие руководители всех субъектов Федерации. На нем глава государства озвучил ряд действий, которые руководство страны будет предпринимать до конца 2004 года, дабы побороть терроризм. Как известно, речь прежде всего шла о выборах депутатов Государственной думы РФ, которые пройдут в 2007 году на основе пропорциональной избирательной системы (все 450 депутатов будут избираться только по партийным спискам), о назначении

губернаторов и об усилении влияния глав регионов на формирование органов местного самоуправления. Абсолютное большинство руководителей регионов, политологов и экспертов сразу же после выступления президента России начали давать оценку предстоящим изменениям политической системы. Объединяет все эти мнения — абсолютное согласие с главой государства в вопросе «реконструкции» политсистемы. Учитывая то, что мы находимся в Свердловской области, то нас в первую очередь интересует оценка предложений Путина со стороны местного губернатора Эдуарда Росселя. Комментируя «сентябрьские тезисы» президента России, *свердловский губернатор ясно дал понять, что он видит будущего губернатора не просто главой региона, а фактически «царем» субъекта РФ. Под предлогом борьбы с терроризмом Россель «желает», чтобы Москва передала главам регионов значительные полномочия с существенным финансовым подкреплением.* <...> Призыв Путина к губернаторам «усилить влияние на формирование органов местного самоуправления» Россель понял, как *теперь мэры будут зависеть именно от губернаторов, а не от народа.* Хотя президент России, по мнению политологов, скорее всего, имел в виду то, что *губернаторам и мэрам придется забыть все распри и усилить взаимодействие.*

В данном тексте очевидна негативная оценка губернатора, который, со слов журналистов, желает видеть себя «царем» Свердловской области и полностью подчинять себе руководство областной столицы. У читателя создается образ эдакого вольного интерпретатора слов президента, при этом, чтобы подчеркнуть нелепость, ошибочность и даже грубость интерпретаций Росселя, суждение Путина расшифровывается «правильно» — с позиции АПИ.

Какие здесь использованы языковые средства создания негативно оценочного образа? Во-первых, у читателя формируется уверенность в том, что Россель интерпретировал слова президента именно так, как об этом пишет АПИ (*губернатор ясно дал понять*). Во-вторых, используется преувеличение, гипербола (*видит не просто главой региона, а фактически «царем» субъекта РФ*). В данном случае для читателя делается акцент на желании увеличения полномочий со стороны губернатора, создается впечатление, что Россель будет обладать безраздельной властью, подчинять себе,

своей личной воле все структуры. Образ Росселя-царя подкрепляется глаголом «желает», при употреблении которого кавычки не столько придают метафоричность высказыванию, сколько усиливают иронию по поводу губернатора. В-третьих, упрек, который использован в тексте, подчеркивает, что Россель заботится только о своих интересах, мало внимания уделяя серьезным проблемам, используя их только как повод получить значительную, выгоду для себя (*под предлогом борьбы с терроризмом*). Главный тезис, отражающий суть отношения АПИ к Росселю, дан в конце текста: *Призыв Путина к губернаторам «усилить влияние на формирование органов местного самоуправления» Россель понял, как «теперь мэры будут зависеть именно от губернаторов, а не от народа»*. В данном случае читателю навязывается мысль о том, что народ, т. е. сами читатели, исключаются из процесса управления жизнедеятельностью региона, что народ не будет принимать ни малейшего участия в жизни города и области, все будет решать один губернатор.

Эдуард Россель потерял хватку и практически отошел от дел (28 апреля 2005 г.)

В последнее время 67-летний губернатор Свердловской области Эдуард Россель, видимо, увлекся побитием рекорда «У кого больше всего отпускных дней в году?». В течение этого года Эдуард Эдгардович практически каждый месяц уходит в отпуск, причем на 2—3 недели. А его полномочия фактически исполняет председатель областного правительства Алексей Воробьев. <...> Но если раньше губернатор проводил свой отпуск исключительно на территории, как он сам говорил, «родной Свердловской области» и призывал всех российских и иностранных туристов посетить Средний Урал, с которым по своей природной красоте не может сравниться ни одна точка мира, то в последнее время Россель-путешественник устремил свои взгляды на юг, а именно в страны Персидского залива. Наверное, ловля рыбы в селе Хоренки, где любит проводить свой отдых губернатор и куда он *построил за счет средств областного бюджета современный автобан шириной 15 метров*, Росселю уже надоела. <...> Это удивляет, так как практически на всех встречах

с журналистами свердловский губернатор «бил себя кулаком в грудь» и заявлял, что никогда не будет проводить свой отпуск за пределами «родной Свердловской области». Тем более что *отдых в Объединенных Арабских Эмиратах, где в настоящее время греется на солнышке Россель, удовольствие достаточно дорогое — сутки проживания в отеле «Бурдж Эль Араб», где, по некоторой информации, остановился губернатор, стоит несколько тысяч американских долларов.* <...> На протяжении последних двух лет губернатор в рабочее время только и делает, что встречается с различного рода деятелями культуры, космонавтами, священниками и московскими чиновниками, поздравляет их со всеми мыслимыми и немыслимыми праздниками. <...> Причем Россель принимает своих гостей на самом высоком уровне, что *обходится областному бюджету «в копейчку».* Также губернатор за два последних года объездил не только полстраны и большую часть ближнего зарубежья, но и побывал на всех континентах земного шара, кроме, пожалуй, Антарктиды и Африки. <...> Даже посланию президента РФ Федеральному собранию России Россель *предпочел съездить за рубеж и передохнуть.* <...> По мнению ряда депутатов облдумы и политологов, такое поведение свердловского губернатора заставляет очень серьезно задуматься над тем, *сколько же еще времени Россель продержится в своем кресле.* Велика вероятность того, что в ближайшее время Россель напишет письмо Путину о том, чтобы глава государства назначил его на 4-й срок. Эксперты считают, что *с вероятностью 90 % президент не внесет кандидатуру Росселя на утверждение* в областной парламент и в качестве компенсации может предложить ему должность посла России в Германии. <...> Примечательно, что на всех без исключения встречах Россель рассказывает своим гостям о программе развития производительных сил Свердловской области до 2015 года. Честно говоря, если спросить среднестатистического свердловчанина, знает ли он, что это такое, то этот вопрос поставит человека в тупик. <...> *Имидж Росселя-строителя и Росселя-хозяйственника уже давно «канул в Лету».* Губернатор, рассказывая сказки про экономические и социальные успехи Свердловской области, оперирует «сказочными» цифрами. Например, когда Россель говорит о финансировании дорожного хозяйства и строительстве екатеринбургского метрополитена, то называет сумму в 3,5 миллиарда рублей, о которых автодорожники и метростроители даже мечтать боятся. При этом реальных денег от области в необходимом для развития количестве ни те, ни другие никогда

не видели. <...> Строительство — самая любимая тема для губернатора. Об успехах в этой сфере он готов говорить часами без усталости. Слушая упоенные речи Росселя, невольно задаешься вопросом, *на этой ли планете живет губернатор или нет?* Все, что строится в области, — это заслуга лично Росселя? <...> В последнее время губернатор любит считать, сколько же избирателей отдали ему свои голоса на последних выборах, которые проходили в 2003 году. Если на отчетно-годовой пресс-конференции в конце 2004 года Россель заявлял, что 2 миллиона свердловчан проголосовали за него, то месяц спустя — уже 3, а в феврале этого года — уже 4 (!). <...> Официальные итоги выборов губернатора-2003 свидетельствуют о том, что на избирательные участки в день голосования пришло чуть более 31 % всех избирателей, или около 700 тысяч человек. Из них только 56 %, или 400 (!) тысяч избирателей, отдали свои голоса за Росселя, а не 2 и уже тем более не 4 миллиона свердловчан. Видимо, *чувствует Россель, что губернаторское кресло с каждым днем все дальше и дальше ускользает от него, и пытается хоть как-то себя подбодрить.*

В данном тексте образ Росселя негативен до крайней степени: это старый, уставший, корыстный, властолюбивый человек, которому опасно доверять и который уже объективно, в силу возраста, не может продолжать руководить Свердловской областью, однако продолжает держаться за власть, растрачивать казну на личные цели, обманывать жителей области.

Губернатору открыто предъявляются претензии (дорогу на дачу *построил за счет средств областного бюджета*). Подача негативного образа объекта строится на языковой выразительности. Метафорические значения (*увлекся побитием рекорда, кресло ускользает, рассказывает сказки*) приводят к созданию иронии в тексте. Ироническую и даже саркастическую оценку дополняют фразеологизмы (*бил себя кулаком в грудь и заявлял, что никогда не будет проводить свой отпуск за пределами родной Свердловской области; принимает своих гостей на самом высоком уровне, что обходится областному бюджету «в копейчку»; имидж канул в Лету*). Риторический вопрос (*слушая упоенные речи Росселя, невольно задаешься вопросом, на этой ли планете живет губернатор или нет?*) также усиливает негативную характеристику губернатора. Анализ

абсурдности поведения Росселя максимально увеличивается за счет оценочной лексики (*Россель-путешественник, Россель-хозяйственник, Россель-строитель*): приложения здесь выступают как иронические характеристики, т. к. деятельность губернатора оценивается очень негативно. Образ губернатора-обманщика подчеркивается и доказывается примерами его откровенной лжи, в данном случае АПИ апеллирует к словам объекта и оценивает правдивость его высказываний (*если на отчетно-годовой пресс-конференции в конце 2004 года Россель заявлял, что 2 миллиона свердловчан проголосовали за него, то месяц спустя — уже 3, а в феврале этого года — уже 4 (!)*). В качестве доказательства того, что Россель не продержится долго на своем посту, используется известный прием ссылки на «скрытые авторитеты» (*эксперты считают, что с вероятностью 90 % президент не внесет кандидатуру Росселя на утверждение в областной парламент*).

В целом 2004-й и первая половина 2005 г. характеризуются ярким негативным отношением АПИ к Росселю. Тексты полны отрицательных характеристик, журналисты дискредитируют образ Росселя в глазах адресата всеми способами. Видна языковая агрессия, обвинения, насмешка, наклеивание ярлыков и т. п. За удачный повод для написания негативного материала о Росселе считается неудачное высказывание губернатора на пресс-конференции, непоследовательность решений, даже внешний вид. Приведем примеры.

**Свердловский губернатор в очередной раз
продемонстрировал непоследовательность
в своих высказываниях
(25 июля 2005 г., 15:02)**

Губернатор Свердловской области на сегодняшнем заседании областного правительства призвал глав городов Среднего Урала привлекать к строительству социально значимых объектов индивидуальных застройщиков. По словам Росселя, предприятия, получившие от муниципалитетов строительный подряд, кроме выполнения заказа, должны также обеспечить и социально ориентированную инфраструктуру на прилегающей территории. Например, провести дороги или построить детский сад. Присутствовавший на том же

заседании Аркадий Чернецкий заявил, что он разделяет взгляды Росселя по вопросу привязки застройщиков к социально значимым объектам. Однако глава Екатеринбурга назвал несколько неожиданным это губернаторское заявление. По его словам, именно Россель всегда критиковал то, что «застройщиков вынуждают выполнять лишнюю работу», а сейчас он же призывает этих застройщиков «задействовать». Кроме того, *заявление Росселя сложно назвать своевременным, считает глава Екатеринбурга: в уральской столице строительные компании давно привлекаются к возведению социально значимых объектов, в том числе и детских садов.* Так, благодаря этой практике, ежегодно в городе появляется 1000 новых мест в детских дошкольных учреждениях, *причем областной бюджет не выделяет на эти нужды ни копейки*, рассказал Аркадий Чернецкий.

В данном тексте есть негативная оценка губернатора, которая скрывается в словах мэра Екатеринбурга А. М. Чернецкого. АПИ в этом случае словно снимает с себя ответственность: упрекает, обвиняет, оценивает Чернецкий, а не авторы АПИ. В тексте видна негативная оценка слов и деятельности губернатора, дан намек на его непоследовательность и противоречивость. Эта мысль отражена уже в заголовке. Обращение к устойчивому знанию населения (детских садов не хватает) делает суждение Чернецкого очень сильным и воздействующим (*ежегодно в городе появляется 1000 новых мест в детских дошкольных учреждениях, причем областной бюджет не выделяет на эти нужды ни копейки*). Слова Росселя также используются в качестве аргумента (*именно Россель всегда критиковал то, что «застройщиков вынуждают выполнять лишнюю работу», а сейчас он же призывает этих застройщиков «задействовать»*). Это доказывает, что губернатор противоречит в своих выступлениях своим же словам, сказанным ранее.

Эдуард Россель ищет рецепты борьбы с бедностью (25 июля 2005 г., 12:35)

На сегодняшнем заседании областного правительства Эдуард Россель решил высказаться о соотношении минимальной заработной платы и прожиточного минимума. Областной глава заявил, что

«нам необходимо ликвидировать людей, которые получают зарплату ниже прожиточного минимума», при этом Россель уточнил, что такое задание дал президент. После секундной паузы: видимо, все представили, как Эдуард Эдгардович получает в Кремле такое ответственное задание, *весь зал зашелся в хохоте*. Между тем в зале присутствовали главы муниципальных образований Свердловской области, депутаты законодательного собрания, представители бизнес-сообщества. И хотя свердловский губернатор никак не отреагировал ни на свой конфуз, ни на хохот собравшихся, все же с минуту ему пришлось ждать, пока народ досмеется. Только тогда Эдуард Россель смог объяснить, что он неудачно выразился, и, разумеется, имелась в виду ликвидация мизерных заработных плат.

Здесь поводом для очернения образа Росселя стало его двусмысленное высказывание. Однако на одной фразе сделать образ губернатора негативным довольно сложно, поэтому к подробному описанию того, как оконфузился Эдуард Эдгардович, добавляется информация, кто был в зале: представители правящей верхушки, бизнесмены... Мол, Россель не следит за речью даже в присутствии высоких чинов, да еще и сваливает все на президента. А смеялся весь зал, стало быть, и чины, и бизнесмены осмеяли Росселя, да так, что тому пришлось ждать, пока зал успокоится. Значит, над Росселем потешаются и политики, и предприниматели.

Таким образом, в качестве повода для создания негативного образа губернатора берутся даже самые незначительные и нелепые случаи.

К концу лета 2005 г. ситуация меняется. По текстам АПИ видно, что противостояние город — область стало идти на убыль, т. е. поменялись установки. На ленте новостей АПИ появились более спокойные тексты, в которых образ губернатора значительно отличается от того, который был создан в 2004 г. Рассмотрим примеры.

**Эдуард Россель официально назначил
Александра Левина главой своей администрации
(2 сентября 2005 г.)**

Губернатор Свердловской области Эдуард Россель подписал указ
о назначении Александра Левина руководителем своей администра-

ции и членом правительства области. Об этом сообщает департамент информационной политики губернатора. Напомним, что до этого Левин был заместителем главы администрации Росселя и исполнял обязанности руководителя администрации губернатора начиная с того момента, как этот пост покинул Вениамин Голубицкий.

**Эдуард Россель в канун дня города
пожелал всем жителям Екатеринбурга
счастливой жизни и процветания
(19 августа 2005 г.)**

Почетный гражданин Екатеринбурга, губернатор Свердловской области Эдуард Россель поздравил екатеринбуржцев с Днем города. Как сообщает департамент информационной политики губернатора, в поздравлении говорится: «В этом году исполняется 282 года с тех пор, как Петр I издал указ о строительстве на берегу Исети, в центре Урала, города, который сейчас заслуженно считается третьим по значимости в России после Москвы и Санкт-Петербурга. Проведение в октябре 2003 года встречи президента Российской Федерации Владимира Путина и канцлера ФРГ Герхарда Шредера на высшем уровне именно в Екатеринбурге красноречиво показало истинное место столицы Урала в экономической и политической жизни страны и подхлестнуло интерес к ней со стороны иностранных инвесторов. Ярким свидетельством возросшего рейтинга стал приход на Урал всемирно известных торговых сетей. Ко Дню города в Екатеринбурге открылся современный торговый центр немецкой компании «Metro cash&carry», на будущий год намечено открытие торгово-развлекательного комплекса «ИКЕА». Но поистине проектом XXI века, который кардинально изменит облик города, станет Сити-центр. «Наши усилия нацелены на то, чтобы преумножить славу, привлекательность и экономическую независимость уральской столицы области, сделать ее не только производственным и деловым, но также культурно-историческим и туристическим центром, чтобы жители и гости Екатеринбурга чувствовали себя комфортно и уютно. Для этого строятся новые дороги, продолжается реконструкция и благоустройство аэропорта «Кольцово», реализуются важные социальные проекты. При поддержке областного правительства в Екатеринбурге продолжают создаваться уникальные, оснащенные на уровне мировых стандартов медицинские центры; екатеринбуржцы могут гордиться тем, что живут в таком

замечательном городе. Здесь работают выдающиеся писатели, художники, актеры. Неотъемлемой частью культурной жизни являются наши прославленные театры, пять из которых носят звание академических; Все, что составляет славу и гордость Екатеринбурга, создано руками любящих его жителей — трудолюбивых, сильных духом, образованных, мужественных и волевых людей. Екатеринбург вносит весомый вклад в развитие региона. Девиз «Опорный край державы», начертанный на гербе Свердловской области, во многом основан на достижениях и заслугах Екатеринбурга. *По случаю праздника губернатор Свердловской области также направил поздравительную телеграмму главе Екатеринбурга Аркадию Чернецкому.* Эдуард Россель пожелал всем жителям уральской столицы счастливой жизни в любимом городе и родном Екатеринбурге, здоровья, успехов, благополучия и процветания!

**Екатеринбург — красивейший город
и по праву считается третьей столицей,
уверен свердловский губернатор
(30 августа 2005 г.)**

Активное социально-экономическое развитие, повышение уровня жизни и прогнозируемая финансовая и гуманитарная стабильность в Екатеринбурге делают его привлекательным для жизни. «Екатеринбург красивейший город, настоящий центр всего Урала. Не зря он считается третьей столицей России. Развитие экономики и культуры позволяют с оптимизмом смотреть в будущее», — заявил на сегодняшней пресс-конференции свердловский губернатор Эдуард Россель. По его словам, успехи в городском строительстве и развитии инфраструктуры за пять лет позволят увеличить количество жителей уральской столицы с 1 миллиона 340 тысяч человек до 1 миллиона 700 или даже 900 тысяч городских жителей. Для них, по мнению губернатора, на данный момент и растет Екатеринбург. Строятся современные жилые дома, огромные торговые центры, спортивные сооружения. Для занятия бизнесом в городе возводят красивые офисные сооружения и создаются новые рабочие места, *полагает губернатор.* Также он отметил, что рост благосостояния екатеринбуржцев можно легко проследить по увеличению покупок автомобилей. Так в 2003 году горожане купили 40 тысяч авто, в 2004 году 57 тысяч, а до конца года жители уральской столицы приобретут 65 тысяч автомобилей, *уверен Россель.*

В приведенных трех текстах видна сдержанность авторов АПИ. Вместо обширных обзоров по поводу деятельности губернатора теперь АПИ дает информационные заметки, на смену образным характеристикам, оценочным комментариям, ярлыкам пришла стилистически нейтральная констатация фактов, подача только сути события без субъективных оценок губернатора со стороны АПИ. Празднование Дня города, тот факт, что Россель стал почетным гражданином Екатеринбурга, обещание Москвы выделить финансирование на строительство дорог в Екатеринбурге (если не обострится конфликт город — область) делает тексты АПИ более дипломатичными, отстраненными, словно образ губернатора никогда не интересовал авторов Агентства. Можно даже говорить о том, что образ Росселя становится по сравнению с предыдущими текстами если не привлекательным, то умеренно положительным. Обильное цитирование слов губернатора приводит к накоплению его позитивных характеристик. В поздравлениях с Днем города содержится множество положительно оценочных слов, комплиментов горожанам, дана высокая оценка действий администрации не только области, но и города (*строятся дороги, возводятся современные торговые центры, бизнес-центры, спортивные сооружения*). Екатеринбургцы получают самую высокую оценку в речи губернатора (*Все, что составляет славу и гордость Екатеринбурга, создано руками любящих его жителей — трудолюбивых, сильных духом, образованных, мужественных и волевых людей*). Город и область, если верить данным текстам, сотрудничают тесно и плодотворно (*Екатеринбург вносит весомый вклад в развитие региона*).

Слова Росселя приводятся дословно, не комментируются. Весь негатив остался в прошлом. Образ Росселя сейчас нейтрален или даже окрашен в светлые тона благодаря положительно-оценочной лексике, которая присутствует в выступлениях губернатора. Отсутствует характеристика личности Росселя, нет комментирования его действий, нет характеризующе-качественных описаний. Только информация о том, что сказано, когда, кому, что сделано, как, почему. После ярких, выразительных, оценочных текстов 2004—2005 гг. такая отстраненность удивляет. По сути, для адресата ранее отрицательный герой становится нейтральным.

Тексты 2006 г. характеризуются редкими выпадами в адрес Росселя, который в третий раз становится губернатором области. Между руководством Екатеринбурга и Свердловской области держится нейтралитет. Принадлежность к одной партии — «Единой России» — делает Росселя и Чернецкого соратниками «по причине». Рассмотрим пример.

Съезд «Единой России» в Екатеринбурге: полный отчет (4 декабря 2006 г.)

Безусловно, главным политическим событием для Екатеринбурга за последние несколько лет является тот факт, что именно уральская столица была выбрана всероссийской политической партией «Единая Россия» для проведения очередного, седьмого, съезда. Главным потому, что «Единая Россия» на сегодняшний день является четко сформированной организацией, фактически контролирующей большинство в Государственной думе РФ, в целом ряде региональных парламентов, представительных органов власти на местах. <...> Не обошлось и без пикантных моментов на съезде, когда губернатор Свердловской области Эдуард Россель благодарил «Единую Россию» за поддержку проектов, значимых для всего региона. «Спасибо партии за огромное внимание к решению проблем промышленного Урала», — сказал губернатор. Он обращался к «Единой России» так, как будто не имеет к ней никакого отношения. Ведущий на тот момент съезд президент республики Татарстан Минтимер Шаймиев вынужден был приостановить выступление своего свердловского коллеги и указать на то, что Эдуард Россель тоже является членом «Единой России». «Нашей партии», — отметил глава Татарстана. Эдуард Россель поправился. Однако Минтимер Шаймиев дал понять свердловскому губернатору, что «мы [партия] помним те политические процессы, которые происходили в Свердловской области». Видимо, речь шла о событиях 1990-х годов, когда Эдуард Россель безуспешно пытался создать Уральскую республику.

В данном случае среди огромного текста (в жанре отчета), посвященного съезду «Единой России», всего единожды, почти незаметно на фоне общей информационной насыщенности, дана критика Э. Э. Росселя. Указание на прошлые идеи губернатора, которые шли вразрез с идеями руководства Екатеринбурга да и федерального

центра, выглядит как упрек. Здесь присутствует также характеристика самой партии, создается образ самой главной партии, принадлежность к которой позволяет оценивать человека позитивно. Поэтому высказывание Росселя, из которого можно сделать вывод, будто себя он к «Единой России» не относит, делает образ губернатора Свердловской области негативным. Однако отрицательный образ не получает развития. Воспоминания о событиях 90-х гг. не комментируются журналистами АПИ, даже, можно сказать, игнорируются, что опять же говорит о сдержанности, смене приоритетов в характеристике идейного противника.

2007—2008 гг. ознаменованы удивительным уважением, которое демонстрирует АПИ по отношению к Росселю. То, что и Чернецкий, и Россель являются членами «Единой России» — по сути, правящей партии в стране; то, что в стране прошли выборы президента, выборы депутатов в Государственную думу, депутатов в областную думу Свердловской области; то, что Чернецкий снова был избран на пост мэра Екатеринбурга, — все это становится поводом для сдерживания негативных эмоций. АПИ в 2008 г. дает огромное количество новостей, в которых Россель оценивается положительно. Приведем примеры.

**Губернатор в рамках агитационного тура
объехал весь северный округ области
и ответил на все вопросы северян
(21 февраля 2008 г., 14:55)**

Губернатор Свердловской области Эдуард Россель в рамках своей поездки по Северному управленческому округу встретился с представителями муниципальных образований Серова, Краснотурьинска, Волчанска, Карпинска, Североуральска. Губернатор поблагодарил северян за политическую активность. Именно они во многом обеспечили высокий результат Свердловской области на выборах депутатов Государственной думы 2 декабря 2007 года. Поэтому, заявил Эдуард Россель, он уверен, что новый политический экзамен 2 марта северяне выдержат на «отлично». Как сообщает департамент информационной политики губернатора, на встречах с избирателями губернатор рассказывал о тех *приоритетных национальных проектах, которые осуществляются в Свердловской*

области, о наших региональных программах. Особенный упор в выступлении был сделан на *перспективы развития села.* Стоит отметить, буквально на днях в селе Байны Богдановичского района с участием Эдуарда Росселя прошел первый съезд селян «Уральской деревне — новую жизнь», где обсуждалась губернаторская программа «Уральская деревня». Говоря о развитии Северного округа, Эдуард Россель отметил, что эта территория Среднего Урала развивается очень гармонично. Серовский металлургический завод имеет прекрасные планы на много лет вперед. Начинается реконструкция Серовской тепловой электростанции. Ферросплавный завод реконструирует производство и активно реализует социальные программы, в том числе строит жилье. *Прекрасные планы и у других муниципальных образований.* В Краснотурьинске фактически будет строиться новый завод. В марте этого года начнется строительство линий электропередач, которые позволят получить северу области дополнительно более 600 мегаватт электроэнергии, которой сегодня так не хватает для развития производства и для решения социальных вопросов. В Карпинске начинается подъем практически всех предприятий, отмечено снижение безработицы. В Волчанске в ближайшее время появится новое производство Уралвагонзавода. В том числе здесь будут делаться заготовки для вагонов. Североуральск развивается как никогда в советское время — ведется реконструкция всех перспективных шахт и обновляется сам город. В 2007 году из шести миллиардов рублей, выделенных на строительство дорог в Свердловской области, четыре были израсходованы на строительство и ремонт дорог севера Свердловской области. Заканчивается строительство магистрали, которая соединит Средний Урал с Ханты-Мансийским автономным округом. Эдуард Россель заявил, что при достаточном бюджетном финансировании, а в 2008 году на строительство северной дороги будет выделено не менее двух миллиардов рублей, через год мы полностью пустим эту магистраль в эксплуатацию. Поэтому уже сегодня в этих местах надо развивать придорожную инфраструктуру. Губернатор призвал инициативных северян развивать свои бизнес в этой сфере предпринимательства. Губернатор также отметил, что в связи с бурным развитием экономики Свердловской области в бюджеты и областного, и местных уровней поступают все больше средств, в результате чего решаются самые масштабные проблемы. На каждой из встреч Эдуард Россель *отвечал на многочисленные вопросы ее участников.* Рассказал Эдуард Россель и о перспективах строительства жилья, о развитии

строиндустрии, поскольку большое количество вопросов касалось этих проблем. Северяне интересовались, будут ли доступны по цене строительные материалы местного производства для строительства жилья. «Запасы сырья для производства стройматериалов, — отметил Эдуард Россель, — у нас сегодня такие, что могут обеспечить заводы по выпуску стройматериалов вдвое большей мощности, нежели сейчас. Мы строим новые цементные и кирпичные заводы, разрабатываем месторождения щебня. Мы можем обеспечивать строительный комплекс Свердловской области всем, что необходимо для возведения комфортного и доступного по цене жилья. Но есть законы рынка, которые переступить никто не может. Чтобы добиться снижения цен на стройматериалы и жилье, надо создать их избыток. Вот когда цены снизятся. Мы уже приближаемся к этому моменту, когда жилье станет доступным, в том числе и молодым семьям. Предпосылки для этого уже есть: так в 2007 году количество кредитов, выданных на строительство жилья, увеличилось по сравнению с предыдущим годом в 2,6 раза. Причем кредиты выдаются теперь на 20—30 лет, то есть на достаточно длительный срок. А это значит, что люди уверены в своем будущем и в той политике, которую проводят органы власти Свердловской области и Российского государства», — подчеркнул свердловский губернатор.

**Эдуард Россель получил «Достык» —
высшую награду республики Казахстан
(12 марта 2008 г.)**

Губернатору Свердловской области Эдуарду Росселю сегодня торжественно вручили казахский орден «Дружбы» II степени. Высшую награду Республики Казахстан «Достык» глава Свердловской области получил в Москве, в посольстве Республики Казахстан в Российской Федерации, из рук чрезвычайного и полномочного посла Нуртая Абыкаева, сообщает департамент информационной политики губернатора. Нуртай Абыкаев отметил, что Эдуард Россель удостоен этой награды согласно указу президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева «за заслуги перед государством, активную общественную деятельность, значительный вклад в социально-экономическое и культурное развитие страны, укрепление дружбы и сотрудничества между народами». Эдуард Россель в ответном слове поблагодарил руководство Казахстана в лице президента Республики Нурсултана Назарбаева за высокую награду. Губерна-

тор Свердловской области подчеркнул, что сотрудничество между Средним Уралом и Казахстаном имеет крепкие корни: год от года развиваются экономические и культурные связи. Стоит отметить, что орден «Достык» — награда, вручаемая казахским правительством иностранным гражданам за вклад в развитие мира и отношений между народами. Этой награды уже удостоены такие выдающиеся общественно-политические деятели, как Алексей II, Кофи Аннан, Михаил Калашников, Сергей Лавров, Евгений Примаков, Аман Тулеев, Маргарет Тэтчер.

Эдуард Россель прервал предвыборный отпуск (26 февраля 2008 г.)

Губернатор Свердловской области Эдуард Россель во вторник по служебной необходимости на один день вышел из предвыборного отпуска. Как сообщает департамент информационной политики губернатора, сегодня губернатор проведет расширенное заседание правительства Свердловской области, посвященное итогам социально-экономического развития Среднего Урала в 2007 году и задачам на 2008 год. Напомним, Эдуард Россель участвует в избирательной кампании партии «Единая Россия» в качестве кандидата в депутаты областной думы, выборы в которую пройдут 2 марта 2008 года.

В данных текстах Россель не имеет ни одной негативной черты. Судя по их содержанию, деятельность Росселя не только не вредит области и городу, но и приносит огромную пользу для развития популярности «Единой России». Россель агитирует жителей области перед выборами президента, Россель получает заслуженные награды, Россель даже прерывает предвыборный отпуск, чтобы навести порядок! Высказывания Росселя даются только с положительной оценкой, его деятельность по развитию области оценивается как *прекрасная*, активность Эдуарда Эдгардовича позитивно влияет на ситуацию в области перед выборами. Губернатор характеризуется как активный, настроенный на сложную и долгую работу деятель. Ему вручена награда, которой удостоены одни из самых уважаемых людей в мире: *Алексий II, Кофи Аннан, Михаил Калашников, Сергей Лавров, Евгений Примаков, Аман Тулеев, Маргарет Тэтчер*.

Все приведенные высказывания Росселя касаются тех же тем, которые обсуждались в 2004—2005 гг., однако ракурс, с которого оценивается деятельность губернатора, меняется. Если ранее читателю приводили доказательства того, что радужные фразы Росселя — обман, то теперь, в текстах 2008 г., обещания Росселя, его планы, намеченные им перспективы даны только с положительной оценкой. Если раньше цифры, названные Росселем, подвергались осмеянию, резкой критике, то теперь статистика от губернатора не комментируется совсем или оценивается положительно.

Приведем для сравнения одну цитату:

Когда Россель говорит о финансировании дорожного хозяйства и строительстве екатеринбургского метрополитена, то называет сумму в 3,5 миллиарда рублей, о которых автодорожники и метростроители даже мечтать боятся. При этом реальных денег от области в необходимом для развития количестве ни те, ни другие никогда не видели. Для того, чтобы автодорожники строили современные, отвечающие всем транспортным требованиям дороги, необходимо, чтобы на эти цели в бюджете области было запланировано минимум 9 миллиардов рублей. А чтобы в Екатеринбурге развивалось метро, нужно не 180 миллионов, а 1 миллиард рублей. Строительство — самая любимая тема для губернатора. Об успехах в этой сфере он готов говорить часами без устали. Слушая упоенные речи Росселя, невольно задаешься вопросом, на этой ли планете живет губернатор или нет? (28 апреля 2005 г.).

И сопоставим с первой вторую цитату:

«Развитие экономики и культуры позволяют с оптимизмом смотреть в будущее», — заявил на сегодняшней пресс-конференции свердловский губернатор Эдуард Россель. По его словам, успехи в городском строительстве и развитии инфраструктуры за пять лет позволят увеличить количество жителей уральской столицы с 1 миллиона 340 тысяч человек до 1 миллиона 700 или даже 900 тысяч городских жителей. Для них, по мнению губернатора, на данный момент и растет Екатеринбург. Строятся современные жилые дома, огромные торговые центры, спортивные сооружения. Для занятия бизнесом в городе возводят красивые офисные сооружения и создаются новые рабочие места, полагает губернатор. Также он отметил,

что рост благосостояния екатеринбуржцев можно легко проследить по увеличению покупок автомобилей. Так, в 2003 году горожане купили 40 тысяч авто, в 2004 году 57 тысяч, а до конца года жители уральской столицы приобретут 65 тысяч автомобилей, уверен Россель (30 августа 2005 г.).

В этих примерах хорошо видна разница подачи сведений. Одна статистика от Росселя вызывает только отрицательную оценку: обман, ложь, намеренное введение в заблуждение, лакировка действительности. Слова используются только с негативной окраской, метафоры отрицательно-оценочные: *упоенные речи* (оценка отнюдь не положительная: упоение в данном случае не причина для восхищения, а повод для сомнений, даже уверенности в том, что дело нечисто). Во втором примере статистика от Росселя не получает комментариев: видна положительная оценка Росселем города, его перспектив, и все. Комментариев нет, хотя губернатор в данном случае даже мечтает, рисует успешное и красочное будущее: *...до конца года жители уральской столицы приобретут 65 тысяч автомобилей*. Можно себе представить, какие негативные комментарии четыре года назад могло дать АПИ по поводу покупаемых в кредит автомобилей в городе, по поводу кредитов и т. п. Однако АПИ молчит.

Нет комментариев относительно правдивости всего сказанного героем, нет оценок реальных возможностей областных властей, нет оценки личности Росселя. Исчезли насмешки относительно возраста губернатора, его старых идей, которые часто выступали как повод для иронии. Исчез образ старого, маразматичного, не справляющегося с работой губернатора, обворовывающего и обманывающего жителей. Появился активный политический деятель, который много делает для развития не только области, но и города, который успешно сотрудничает с представителями других властных структур, который заслуженно получает высокие награды, который рисует «прекрасные» перспективы развития и роста экономики области.

Для иллюстрации сказанного приведем еще две цитаты.

Имидж Росселя-строителя и Росселя-хозяйственника уже давно «канул в Лету». Губернатор, рассказывая сказки про экономические и социальные успехи Свердловской области, оперирует «сказочными» цифрами. <...> ...главы муниципальных образований,

особенно Екатеринбурга, тратят безумное количество сил и времени на то, чтобы договориться с тем или иным бизнесменом или компанией о строительстве в уральской столице своего предприятия или бизнес-центра. Показательными в этом плане выглядят проекты «Большой Евразийский университет», «Итальянский квартал», «ИКЕА» и «Сити-центр». Россель же просто-напросто приписывает себе заслуги тех, кто работает на благо Свердловской области, и не более того! Видимо, чувствует Россель, что губернаторское кресло с каждым днем все дальше и дальше ускользает от него и пытается хоть как-то себя подбодрить. <...> По этой же причине губернатор фактически перестал проводить встречи и с представителями крупного бизнеса на предмет привлечения инвестиций в Свердловскую область. Речь прежде всего идет о руководителях крупных металлургических холдингов, торговых сетей и банков. Предприниматели уже не знают, что им сделать и где искать губернатора, чтобы провести с ним переговоры. Хотя постоянный контакт с руководителем Среднего Урала жизненно необходим для представителей крупного бизнеса (28 апреля 2005 г.).

На каждой из встреч Эдуард Россель отвечал на многочисленные вопросы ее участников. Рассказал Эдуард Россель и о перспективах строительства жилья, о развитии стройиндустрии, поскольку большое количество вопросов касалось этих проблем. Северяне интересовались, будут ли доступны по цене строительные материалы местного производства для строительства жилья. «Запасы сырья для производства стройматериалов, — отметил Эдуард Россель, — у нас сегодня такие, что могут обеспечить заводы по выпуску стройматериалов вдвое большей мощности, нежели сейчас. Мы строим новые цементные и кирпичные заводы, разрабатываем месторождения щебня. Мы можем обеспечивать строительный комплекс Свердловской области всем, что необходимо для возведения комфортного и доступного по цене жилья. Но есть законы рынка, которые переступить никто не может. Чтобы добиться снижения цен на стройматериалы и жилье, надо создать их избыток. Вот когда цены снизятся. Мы уже приближаемся к этому моменту, когда жилье станет доступным, в том числе и молодым семьям. Предпосылки для этого уже есть: так, в 2007 году количество кредитов, выданных на строительство жилья, увеличилось по сравнению с предыдущим годом в 2,6 раза. Причем кредиты выдаются теперь на 20—30 лет, то есть на достаточно длительный срок. А это значит, что люди уве-

рены в своем будущем и в той политике, которую проводят органы власти Свердловской области и Российского государства», — подчеркнул свердловский губернатор» (21 февраля 2008 г.).

Как видно по данным цитатам, оценки разные. Открыто негативные в первом случае и столь же явно положительные во втором. Сколько обещает губернатор, столько поводов для комментариев в том случае, если можно и нужно критиковать политика. Если есть разрешение, есть повод. Сколько бы Россель ни давал цифр, обещаний, ни рисовал перспектив во втором случае, все они оцениваются только им самим. Его слова положительны — текст положителен, его слова отрицательны — текст объективно становится критическим. Позиции АПИ меняются, поскольку изменилась ситуация в стране, области, городе, «плохой» герой становится «хорошим», потому что «такая установка». Таким образом, по рассмотренным текстам АПИ видно, что подача образа героя в современных СМИ очень часто напрямую зависит от «указаний, полученных сверху». Зависимость журналистов приводит к тому, что один и тот же человек, набор его похожих по смыслу высказываний могут по-разному интерпретироваться журналистами. Так создается тенденциозное, сконструированное представление о человеке, о его деятельности. А в случае с губернатором позитивное или негативное мнение навязывается не только по отношению к работе Росселя, но и по отношению ко всей команде руководства Свердловской области.

В рамках ИБ можно говорить о том, что адресат АПИ периодически получает подобные тенденциозно сконструированные тексты. Таким образом, аудитория получает только часть сведений, однобокое их представление. Часть информации может вовсе не подаваться: умолчание как манипулятивный прием активно используется современными журналистами. Отсутствие информации — это тоже важная информация. Однобокость подачи информации и категоричность оценок — вот что в первую очередь предоставляется адресату.

Однако нельзя, на наш взгляд, винить только журналистов в данной ситуации. Журналисты оказываются в столь же невыгодном положении, что и их адресат. Минусы такой работы, когда авторы

СМИ полностью зависят от «указки», очевидны и описаны в литературе. Теряется свобода отбора информации, ее интерпретации. Часто действительно интересные факты вынужденно игнорируются журналистами. Все это приводит к снижению уровня их профессионализма. Таким образом, зависимое положение СМИ в итоге негативно сказывается и на деятельности журналистов, и на представлениях адресата об окружающем мире.

Манипулирование с отбором информации о персонаже и его оценочными характеристиками представляет угрозу информационной безопасности аудитории.

2.2. Конструирование «чужих» в интернет-текстах на религиозные темы

Персонажем журналистского дискурса может выступать как отдельный человек, так и организация, социальная группа. Анализ практик конструирования персонажа в журналистском дискурсе предполагает, во-первых, рассмотрение наименований этого персонажа и его характеристик, данных через описание его речи и поступков. При этом полнота анализа конкретного персонажа невозможна без описания других персонажей, с которыми объект исследования объединяется или которым он противопоставляется по каким-то основаниям. Отношения персонажей между собой могут быть толерантными или интолерантными. В основе интолерантного отношения чаще всего лежит противопоставление «свой — чужой» (мы — они). Закрепляют это противопоставление стереотипы о «своих» и «чужих». Отвечающее глубинным представлениям различие «своего» и «чужого» как хорошего и плохого (без каких-либо оттенков) упрощает картину действительности и облегчает воздействие на читателя.

С точки зрения информационной безопасности общества важно анализировать механизмы соответствующей стереотипизации

персонажей. С помощью использования стереотипов в прессе можно довольно быстро и эффективно улучшить или ухудшить образ идеологического противника в глазах общества. Многоплановая же социальная стратификация общества (богатые и бедные, здоровые и больные, гетеросексуалы и гомосексуалисты и т. п.) находит свое отражение в языке. Каждая из этих групп имеет набор стереотипных формул, выражающих толерантную или интолерантную позицию по отношению к ним¹. При этом получается замкнутый круг: СМИ создают стереотипы и затем сами же вынуждены им следовать. С позиций информационной безопасности негативно-оценочные стереотипы опасны тем, что с их помощью происходит нарушение условий предоставления полной, достоверной информации, что, в свою очередь, искажает картину мира для аудитории СМИ. Подобные стереотипы особенно легко закрепляются там, где не существует многообразия источников информации, где журналисты опираются только на одну точку зрения, не привлекая альтернативные мнения.

Таким образом, работая с разными источниками информации, привлекая экспертов и предоставляя право голоса всем сторонам того или иного конфликта, журналист работает над повышением безопасности информации для своей аудитории: способствует повышению ее способности сопротивляться манипуляции, учит размышлять и искать собственные пути решения рассматриваемых в публикации проблем.

В. И. Карасик выделяет следующие основания для процесса стереотипизации персонажей: внешний вид; привычки и традиции; степень цивилизованности; способности; моральные качества². Их же можно считать и предметом интолерантного/толерантного отношения к «чужим» («другим»), т. е. той чертой или особенностью объекта интолерантности, которая вызывает к нему негативное отношение³.

¹ См. об этом: Енина Л. В. Оппозиция «провинция — столица» в журналистском тексте // *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности* / отв. ред. Н. А. Купина и М. Б. Хомяков. Екатеринбург, 2003. С. 228.

² См.: Карасик В. И. *Язык социального статуса*. М., 1992.

³ См.: Уолцер М. *О терпимости*. М., 2000. С. 19.

«Чужой» отмечает внешние границы «своих», пределы понимания и идентичности «мы»-группы. «Чужим» действующий может быть прежде всего по отношению к группам, которые мыслятся закрытыми: доступ в них очень жестко регулируется или же просто закрыт. Например, в качестве барьеров могут служить расовые или этнические предрассудки и нормы, накладывающие известные запреты на поведение, этноконфессиональные границы, социальные барьеры между кастами или сословиями — короче, любые аскриптивные или близкие к ним по жесткости социальные определения⁴.

При этом от «чужого» необходимо отличать «другого» («ино-го»), главное назначение которого — служить условием артикуляции позитивных значений «своих», типичных в своих ролевых или статусных определениях. В качестве «другого» может быть и «свой», но выходящий, например, за рамки «нормы» ролевых определений взрослости или социальной дееспособности. «Другой» — персонаж, почти всегда полупосторонний, периодически возникающий актер. Его функция — указать изнутри, т. е. в ценностной перспективе общепринятых значений группы, на культурные границы «мы»-группы, зоны «своих», пределы «наших»⁵.

Исходя из всего вышесказанного попробуем проследить, каким образом конструируется образ «другого» в серии публикаций, посвященных затворникам под селом Никольским в Пензенской области. Уникальность данного образа в том, что средствам массовой информации приходилось создавать его, что называется, «на ходу»: готовых стереотипов к нему не было, т. к. с фактами добровольного затворничества российское общество не сталкивалось довольно давно.

Коротко напомним общую канву событий. 24 октября 2007 г. 35 человек, входящих в религиозную группу Петра Кузнецова, поселились в заранее подготовленной пещере в овраге у села Николь-

⁴ См. об этом: *Гудков Л.* Идеологема «врага»: «враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции // *Образ врага / сост. Л. Гудков; ред. Н. Конрадова. М., 2005. С. 15.*

⁵ См.: Там же.

ское. Две семьи взяли с собой детей. В ноябре лидер затворников Петр Кузнецов, оставшийся на поверхности, был задержан и направлен на лечение в психиатрическую больницу, а одна из затворниц умирает от голодного поста. В середине марта 2008 г. в пещере начинаются обрушения сводов и умирает от рака еще одна затворница. В конце марта семь затворников выходят наружу и селятся в молельном доме в селе Никольское. В апреле пещеру покидает еще часть затворников. Некоторые из них добровольно разъезжаются по домам, других депортируют к месту постоянного проживания. В мае последние затворники покинули свое подземное убежище⁶.

При проведении исследования анализировались тексты СМИ, опубликованные в сети Интернет. Источниками материала были электронные версии печатных СМИ («Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Огонек»), сообщения информационных агентств (РИА «Новости», Интерфакс, «Newsru.com») и электронные версии радиотекстов («Радио Свобода»). Кроме того, мы обратились к текстам, выложенным на интернет-порталах, специализирующихся на обсуждении проблем религии («Credo.ru», «Ateism.ru»).

Условно источники можно разделить на две группы. Первая — тексты СМИ, входящих в «мейнстрим», рассчитанных на массовую аудиторию. Это такие издания, как «Огонек», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец». Несмотря на привлечение довольно большого количества источников информации (официальные лица, независимые эксперты, священники), в итоге эти СМИ создали негативный стереотип пензенских затворников, прикрепив к ним ярлык «сектанты». К слову, понятие «секта» — это своего рода симулякр, так как ни в правовом, ни в научном дискурсе не значится. «Появление фантома “тоталитарных сект” (закономерно отсутствующего и в Конституции Российской Федерации, и в Законе РФ “О свободе совести и религиозных объединениях”, но возникающего вдруг в документе за подписью Президента России) и совершенно фантастического призрака “использования зарубежными специальными службами средств массовой информации,

⁶ URL: <http://www.kp.ru/daily/24098/326625/>.

действующих на территории Российской Федерации, для нанесения ущерба обороноспособности страны” — признаки симулякра»⁷.

Часть интернет-ресурсов характеризовала затворников менее однозначно (например, «Радио Свобода», «Newsru.com»).

Вторая группа — тексты, опубликованные на порталах, посвященных обсуждению вопросов религии. Как правило, в данных текстах транслируется только мнение автора о предмете. Мнение экспертов либо не учитывается, либо играет минимальную роль. На портале «Атеизм.ру» активно обсуждаются вопросы современной философии атеизма, а также вопросы религии в целом и русской православной веры в частности. На портале «Credo.ru» также обсуждаются вопросы религии. Причем авторы проекта призывают своих корреспондентов говорить о религии «как хорошо, так и плохо»⁸.

2.2.1. Позиция журналистов в СМИ для широкой аудитории

Рассмотрим тексты, созданные журналистами, которых условно можно отнести к группе «атеистов»⁹. Типичный пример — публикация «Реалити-шоу “Дом под землей”»¹⁰. В этом тексте пензенские затворники обозначаются не просто как православные, а как секта одного из направлений православия:

События из этого богом забытого села, где бывший снабженец «Пензенских энергетических сетей» Петр Кузнецов организовал *секту староверов-почвенников*, давно уже превратились в настоящее реалити-шоу. Типа «Дом под землей». Репортажи из оврага, ставшего чуть ли не новым символом России, транслируются ежед-

⁷ Казаков Ю. В. Информационная безопасность и информационная открытость — см. подразд. 1.1 настоящего издания.

⁸ URL: <http://www.portal-credo.ru>.

⁹ Мы не можем со стопроцентной уверенностью утверждать, что авторы публикаций — люди, не признающие существования Бога, но, исходя из анализа текстов, можно сказать, что журналисты стоят на позиции, отстраненной от позиции верующих.

¹⁰ URL: <http://www.ogoniok.com/5024/23/>.

невно, что в общем-то легко объяснимо — всем же интересно, как закончится *противостояние*.

Автор уже в заголовке вводит ссылку на прецедентный текст — скандально известное реалити-шоу «Дом 2». Задача участников данного шоу — любой ценой набрать популярность, чтобы получить «зрительский иммунитет» или «иммунитет от ведущих», и это дает возможность продолжить участие в шоу. Зачастую важно не столько проявить индивидуальность, сколько оправдать ожидания зрителя. Сравнение членов религиозной группы с участниками развлекательного шоу сразу же создает сниженный образ верующих:

Пока никаких действий не происходит, шоу подпитывается исключительно деталями быта «подземелья». Вот показывают интервью с лидером секты Петром Кузнецовым, который почему-то под землю не пошел, а вместо этого был отправлен в психиатрическую больницу. Или вот подошедшая к вентиляционной шахте восьмилетняя Юлия Недогон из подземелья поведала журналистам, что чувствует себя прекрасно и что на завтрак она ела пшеничную кашу с клубничным вареньем и вкусную лепешку. <...> Еще сюжет — об устройстве «пещеры». Оказывается, она вполне комфортабельна: длиной 100 метров, высотой в человеческий рост. Выкопана в глине и известняке, поэтому и не требует подпорок. Зато стены, пол и потолок выложены фанерой и пенопластом — для тепла. В одном конце коридора оборудован колодец с питьевой водой, в другом — туалет. По бокам — кельи на двух-трех человек, есть и специальное хранилище с припасами, крупами, соленьями-вареньями и солидным запасом керосина и газа в баллонах для отопления и приготовления пищи. Словом, продержаться там можно хоть год.

...Между тем на прошлой неделе в селе Никольском грянула новая сенсация: в опустевший молеальный дом Кузнецова пробрались две женщины с тремя детьми и забаррикадировались изнутри. Легли в сосновые гробы и говорят, что будут ждать конца света здесь. Это ли не мечта любого реалити-шоу — сменить интерьер, когда старый наскучил? А то, что за кадром реальные люди, смотрящих и следящих за развитием шоу не волнует.

Журналист дает достаточно подробное описание быта затворников. В принципе, он не отличается от быта большинства «своих»: пшеничная каша с вареньем и лепешкой на завтрак, достаточно

комфортные условия для житья. И все-таки отличия есть: «свои» не строят жилье под землей и не ложатся в сосновые гробы. В начале текста сказано о *противостоянии*: по-видимому, имелось в виду несходство образа жизни затворников с тем, как живут обычные люди — «свои» для журналиста.

Далее журналист, дополняя образ, указывает возраст и уровень образования затворников:

Мало кто обращает внимание на тот факт, что община «пензенских сидельцев» — это в основном женщины. Под землю ушли две семейные пары — семья Виталия и Веры Недогон с тремя детьми и семья Александра и Инны Вабишевич с семиклассницей Вале́й и маленькой Леночкой, которой всего год и четыре месяца. Еще там есть двое холостяков. Остальные же — 16 женщин самого разного возраста и профессий. Есть среди них и инженер, и школьный учитель, и микробиолог, и строитель, и бизнесвумен. Самая старшая — 82-летняя Ольга Моргунова, местная жительница из соседнего села Труновское. В общину к Кузнецову пошла самой последней — от одиночества, оттого что от нее отказались все родные и близкие. И в Никольском подземелье она обрела новую семью: у нее теперь 26 детей и внуков, забот полон рот. Все лучше, чем одной дома сидеть да в окошко глядеть.

Как следует из данного описания, затворники — в основном взрослые, среди которых преобладают женщины, это образованные, состоявшиеся люди, которые по тем или иным причинам считают себя «ненужными». В данном случае социальная неустроенность выходит на первый план, заслоня собой тот факт, что решение затворников уйти в пещеру — акт их доброй воли, их собственный выбор. Таким образом, автор игнорирует нравственный, религиозный смысл поступка затворников. Кроме того, персонажи предстают как люди ущербные, ищущие недостающего в повседневной жизни «на стороне». Кто-то вступил в религиозное объединение в поисках «семейного тепла», кто-то — чтобы самоутвердиться.

Однако в следующем абзаце журналист демонстрирует попытку понять позицию верующих, подчеркивая, что затворники, закрывшись в пещере, ждут от Бога справедливости и изменения мира в лучшую сторону:

За семьей и за детьми пошли в общину и другие женщины, считавшие себя «ненужными» в этой жизни. Они ведь не вселенской катастрофы ждут, не того конца света, после которого — хаос и ничто. Нет, для всякого верующего человека конец света означает иное: Господь наконец вмешается в ход событий и перестроит этот мир заново. Накажет грешников, воздаст праведникам. И подарит этот дивный новый мир своим самым верным чадам. Именно этого события и ждут «катакомбники» в Пензе.

Надо отдать должное автору из «Огонька»: он по крайней мере попытался напомнить читателям об особенностях религиозного мироощущения. В большинстве публикаций такой попытки понять мотивацию ушедших под землю людей не было.

2.2.2. Позиция экспертов в СМИ для широкой аудитории

Мнения экспертов делают суждения журналистов более весомыми, а образ персонажа — более четким и выпуклым.

В первую очередь хотелось бы рассмотреть мнения священников, которые высказывались по поводу затворников в Никольском, т. к. мнение людей, знакомых с богословием, предстает наиболее значимым в вопросах религии. И здесь мы столкнулись с любопытным фактом: позиция представителей Русской православной церкви по поводу пензенских затворников не была единой.

Для начала рассмотрим высказывания православных священников в двух материалах, опубликованных на сайтах РИА «Новости» и «Newsru.com». Публикации как раз посвящены озвучиванию мнения о затворниках иерархов от РПЦ:

После истории с «пензенскими затворниками», которые более полугода провели под землей в ожидании конца света, Кемеровская и Новокузнецкая епархия РПЦ создала центр по борьбе с сектантством, сообщил РИА «Новости» в понедельник представитель пресс-службы епархии Евгений Кобяков.

— Центр создан по целому ряду причин, в первую очередь из-за существующей в современном обществе проблемы деградации личности от действия тоталитарных сект. В том числе сыграла свою

роль история с пензенскими затворниками, показавшая, что порой религиозные убеждения у людей граничат с *непросвещенностью, косностью и ересью*, — сказал Евгений Кобяков¹¹.

— По докладам духовенства я бы не стал их называть сектантами... Это *запутавшиеся люди*, а главная причина их поведения — *изначальная постсоветская религиозная безграмотность*. Я чувствую, считаю, что это спланированная акция не только против Русской православной церкви, но и против страны, — заключил Архиепископ Пензенский и Кузнецкий Филарет¹².

И Евгений Кобяков, и архиепископ Филарет не включают пензенских затворников в круг православных верующих. Напротив, они считают религиозные убеждения данных людей граничащими с ересью, а самих затворников — малограмотными в вопросах православия людьми. Причем «косность» убеждений затворников проистекает из религиозной безграмотности населения, живущего на территории бывшего СССР и воспитывавшегося в условиях тотального атеизма. Таким образом, православные священники формально не отказывают пензенским отшельникам в праве выбора веры, но фактически они не признают, что вера затворников — православная. Наоборот, они считают, что это что угодно, но не православие. И, более того, данное вероучение опасно для окружающих, т. к. ведет, как утверждается, к деградации личности.

Дальнейшее нагнетание чувства опасности происходит за счет подключения образа внешнего врага:

Архиепископ Пензенский и Кузнецкий Филарет не исключает, что ситуация с затворниками в Пензенской области, возглавляемыми Петром Кузнецовым, возможно, была спланированной акцией, причем, возможно, из-за рубежа.

— Это могут быть какие-то зарубежные организации. Ведь они сейчас принимают вид общественных организаций, некоммерческих организаций, филантропических обществ, они могут руководить этим. Я не верю, что Кузнецов мог написать сам эти книги, — заявил архиепископ в четверг¹³.

¹¹ URL: <http://www.rian.ru/society/20080519/107722728.html>.

¹² URL: <http://www.newsru.com/russia/10apr2008/zagranitza.html>.

¹³ Там же.

В публикации «Пензенские затворники. “Господь otvorил пещеру”»¹⁴ приводится мнение, отличное от представленного выше «официального». Это «другое» мнение исходит от православного священника Якова Кротова. Необходимо сказать несколько слов об этом человеке. Яков Гаврилович Кротов — российский публицист, постоянный автор русской редакции «Радио Свобода», священник Украинской автокефальной православной церкви (обновленной). Диакон Андрей Кураев, широко известный благодаря многочисленным публикациям в СМИ, охарактеризовал Кротова как перешедшего в унию, а затем и просто в секту. Критикуя позицию Кротова, Кураев пишет: «Кротов... является не столько ученым, историком, сколько идеологом»¹⁵. Прочитируем текст Кротова:

С точки зрения обычных людей, затворники — безумные сектанты. С точки зрения историка, они нормальные представители многовековой традиции, говорит священник Яков Кротов: «Многие русские православные — и не только старообрядцы — исповедовали веру в скорый конец света. Тогда закопаться, изолировать себя в преддверии грядущей катастрофы — это разумно, это нормально. Так поступали и 300, и 100 лет назад совершенно традиционные православные верующие. И это куда разумнее и безобиднее для окружающих, чем пытаться превратить советскую Россию в Святую Русь при помощи государственных дотаций, преподавания православия в школе, запрета иноверия и так далее. Пензенцы осложняют жизнь себе, а сторонники государственного православизма грузят окружающих. ...Вообще, что будем считать нормой: конформизм, приспособленчество или веру? Русское православие началось не в момент насильственного крещения киевлян, а через полвека, когда преподобный Антоний совершенно добровольно закопался в пещеру. Это не означает, что все должны забурились поглубже. Это означает: не надо слишком сокрушаться о тех, кто забурился. Не надо слишком радоваться о тех, кто вышел. Надо трезвиться и понимать: пензенские верующие, не взявшие ни копейки на свою своеобразную религию, если не вполне нормальны, то уж они нормальнее тех, кто сперва на деньги налогоплательщиков

¹⁴ URL: <http://www.svobodanews.ru/Article/2008/04/02/20080402095059253.html>.

¹⁵ URL: <http://www.wco.ru/biblio/books/kur7/H04-T.htm>.

понастроил храмов поточным методом, а теперь ищет для них прихожан».

В своем комментарии Я. Кротов обсуждает оппозицию «нормальность — ненормальность» поведения. «Свои» соответственно — всегда «нормальны», «другие» — нет. Автор оговаривается, и для нас это особенно важно, что понятие нормы относительно. Все зависит от того, кого считать «своими». Если «свои» — обычные люди (скорее всего подразумеваются люди, стоящие в стороне от церковной жизни, не исполняющие церковных обрядов), то затворники — «другие» — будут оцениваться как нарушители нормы (*безумные сектанты*). Однако если «свои» — люди, живущие активной церковной жизнью или просто верующие православные, то действия затворников вполне вписываются в норму поведения религиозного человека, а значит, с этих позиций никольские отшельники не могут считаться «другими».

Для Я. Кротова «другой» — это тот, кто пытается *превратить советскую Россию в Святую Русь при помощи государственных дотаций, преподавания православия в школе, запрета иноверия и так далее...*; тот, кто *сперва на деньги налогоплательщиков понастроил храмов поточным методом, а теперь ищет для них прихожан*. т. е. это достаточно неопределенная группа чиновников от церкви (на что указывают словосочетания *при помощи государственных дотаций и на деньги налогоплательщиков*).

При всем этом Я. Кротов (хотя и отмечает, что православие на Руси начиналось с затворника, *закопавшегося* в землю) называет религию никольских отшельников своеобразной, т. е. он все-таки не включает пензенцев в группу «своих» православных. Однако его высказывания наглядно показывают, что единства среди православных нет, что даже внутри православной церкви есть несколько точек зрения на данную проблему, нет даже единого мнения, кого же считать «православными».

Для полноты восприятия образа затворников как «других» необходимо учитывать и позицию светской власти. В России согласно Конституции церковь отделена от государства, и чиновники формально представляют точку зрения, внешнюю по отношению к делам церкви.

В большинстве статей, посвященных затворникам, комментарии официальных лиц безоценочны, они содержат только констатацию фактов:

— ...Пещера отворялась, то есть как бы происходили обрушения, которые открывали выход. Произошло такое четвертое обрушение, где с одной части пещеры открылся еще один выход. Они посчитали, что это знак свыше, что четвертый раз Господь отворил пещеру. Они вышли как раз по этому знаку, — говорит вице-губернатор Пензенской области Олег Мельниченко, в последние дни он практически непрерывно находится в Никольском¹⁶.

Данный отрывок показывает, что для затворников («других») светская власть неавторитетна, т. к. покинуть затвор верующие соглашались только после «знака свыше» — очередного обрушения пещеры. Здесь выстраивается оппозиция «подчинение — неподчинение» закону («мы» подчиняемся законам государства и должны выполнять требования его представителей, «они» не подчиняются).

Однако в некоторых текстах присутствует более четко выраженное отношение власти к затворникам. Например, в обзоре «Лидер секты Петр Кузнецов прикарманивал деньги верующих? Говорят, пещерными жителями руководили западные идеологи» приглашенный на роль эксперта представитель правоохранительных органов указывает на опасность деятельности затворников для государства:

Мы попросили сотрудника ФСБ прокомментировать ситуацию с пензенскими затворниками. «Я абсолютно убежден, что секта Погановки — это не местечковое явление, а *часть цепочки*, — сообщил наш источник, попросивший не публиковать в газете его имя. — Я в свое время занимался крупными сектами, действующими на территории России. Любая мелкая секта, такая как община Погановки, обычно финансируется крупными сектами, которыми руководят *западные спецслужбы*. Цель — внести раскол в наше общество, разобщить, породить тревогу. ... Чаще всего лидеры сект выполняют свою “миссию” за вознаграждение. Им в помощь нанимаются специально обученные люди, которые вербуют людей со слабой психикой в ряды сектантов. Это *зомбирование*. Любое ре-

¹⁶ URL: <http://www.svobodanews.ru/Article/2008/04/02/20080402095059253.html>.

лигиозное объединение чаще всего *запугивает* (и *парализует волю*) приближающимся концом света, Апокалипсисом, обещая своим «единоверцам» спасение. Община Погановки — *религиозно-политическое объединение, выдвигающее задачи изменения политической ситуации в стране, а значит, это дело государственной важности*. На первый взгляд может показаться удивительным, что ради какой-то кучки чудиков туда приезжают иностранные журналисты, не исключая, кто-то из них сотрудничает с ЦРУ...»¹⁷.

В данном фрагменте очевидны попытки создать из «другого» образ врага. Во-первых, дается четкое определение «другого»: это организация, желающая изменить политическую ситуацию в стране, следовательно, она опасна для государства и существующего политического строя. Во-вторых, используются средства для нагнетания ощущения опасности, исходящей от «другого»: *раскол, тревога, запугивание, зомбирование, паралич воли*. В-третьих, используются средства, указывающие на то, что «другой» успел консолидироваться с внешним «чужим», а то и «врагом»: это якобы часть одной цепочки, во главе которой западные спецслужбы.

Кроме того, чиновники подчеркивают, что обезопасить себя от «другого» можно, только уничтожив группу: депортировать, отправить по домам приезжих из других областей. Подобный пример мы видим в публикации «После семи месяцев затвора «сидельцы» вышли»:

Все «сидельцы» — приезжие из разных областей России и Белоруссии. Как заявили в УФМС по Пензенской области, с ними поступают в соответствии с действующим российским законодательством. Затворников отправят по домам, как только с ними пообщаются правоохранительные органы, психологи и врачи. Кто-то уедет по собственной воле, как, например, игуменья Антония и Святослав Апарин. Кого-то заберут родственники. Граждан Белоруссии депортируют из страны за нарушение режима пребывания на территории РФ. Ранее власти уже поступили так с пятью вышедшими затворницами¹⁸.

¹⁷ URL: <http://www.kp.ru/daily/24071.3/308871/>.

¹⁸ URL: <http://www.kp.ru/daily/24098/326625/>.

2.2.3. Позиции участников происшествия

В заключение хотелось бы рассмотреть позицию самих участников происшествия — затворников, а также жителей села Никольское. К сожалению, прямой речи самих затворников в СМИ практически нет, зато представлены мнения лиц, разделяющих их мировоззрение:

Сегодня из деревни выселили всех сочувствующих «подземельцам», которые понаехали в Погановку из других городов России. Недавно целый автобус антиглобалистов завернули и отправили восвояси. Однако в одном из домов общины мы обнаружили скрывающуюся здесь женщину. Она назвалась монашкой Валентиной. «Я паспорт сожгла, как наши братья и сестры, которые сейчас под землей, — сказала нам Валентина. — Меня к ним близко не подпустили. Я устроила голодовку, ночевала на снегу, и местные меня пожалели, подсказав, что я могу занять один из домов “братьев и сестер”. Теперь я тут живу. Незаконно, но милиции не боюсь. Я приехала сюда из Челябинска поддержать тех, кто под землей. Вот в газетах пишут: сектанты, чудики. А на самом деле они большое дело делают — *это акция!* Надо открыть людям глаза, ведь глобализация, полный контроль через Интернет ведут к концу света! *Нас, антиглобалистов, по всей стране много, надо агитировать людей отказываться от паспортов, номеров. И тогда мы победим!*»¹⁹

Данный персонаж строит речь следующим образом: на первый план выходит не религия, а *идеология*, не христианское ожидание апокалипсиса, а *идеи антиглобалистов*. Происходит смещение акцентов, главное — не потребность следовать вероучению, а возможность устроить публичную акцию, заявить о своем существовании. А кроме того, в данном контексте «мы»-группа находится в жесткой оппозиции к «они»-группе (тем, кто поддерживает глобализацию). Лозунг «Мы победим!» указывает на непримиримость позиций и на то, что «они»-группа воспринимается не просто как «другой» или «чужой», а как враг, противник.

¹⁹ URL: <http://www.kp.ru/daily/24071.3/308871/>.

Местные жители также достаточно четко разграничивают «своих» и «чужих», хотя в их речи разделение позиций звучит мягче:

В селе Никольском нам рассказали, что у предводителя затворников Петра Кузнецова были помощники, находившие *легковнушаемых* людей (или тех, у кого *проблемы в личной жизни*). Вели душещипательные беседы, пытаясь вовлечь их в свою общину, читали проповеди. Сами «пропагандистки» под землю не полезли, и сегодня их *выдворили* из деревни.

— Эти женщины ходили по домам и нас, местных, пытались уговорить вступить в их общину, начать молиться не в обыкновенной церкви, а в их «молельном доме». Но мы *Петьку* с детства знаем — ну какой он пророк? А вот те, кто сюда приезжал из разных регионов, казалось, были уже *обработаны*, словно *зомбированы*. Одна из помощниц Петра говорила, что она психиатр и парапсихолог-экстрасенс, владеет гипнозом. Может, она «подземельцев» и *загипнотизировала*? Но мы дружно держались от нее подальше, — рассказывают в деревне.

В данном отрывке достаточно четко прослеживается разделение на «своих» и «других» и «снижение» образа последних. «Они» — ущербные в моральном и интеллектуальном плане люди; «мы» держимся от них подальше. Негативное отношение со стороны «своих» передается с помощью пренебрежительного *Петька*, *подземельцы*, иронично-переносного «*пропагандистки*», «*молельный дом*» (они специально заключены в кавычки, чтобы подчеркнуть, что используются в переносном смысле), негативно-окрашенное *выдворили*. Далее негативное отношение к «они»-группе частично снимается перечислением фактов мошенничества со стороны идеологического лидера группы затворников:

— Его подчиненные покупали здесь дома. Но так как паспорта свои сожгли, сделки купли-продажи не оформляли. Просто отдавали деньги Петру. А он договаривался с хозяевами домов, им платил. И они свои жилища передавали приезжим. У нас судачили, что Петр цену за жилье сильно завышал. Якобы что-то себе *прикарманивал* и на счета родственникам переводил. У нас говорят, он никакой не сумасшедший, просто прикидывается, — убеждена местная жительница. — А все для того, *чтобы уйти от ответственности уго-*

ловной, отсидеться в психушке, скосив под шизофреника. На самом деле он аферист!

Таким образом, затворники предстают в образе жертв, которые попались на удочку афериста. Кроме того, в прямой речи местных жителей также присутствуют попытки создания из образа затворников образа врага. Чуждость подчеркивается за счет отсылок к неизвестному «другому», старающемуся причинить зло «своим», а также тем фактом, что религия затворников не вписывается в официальное православие, т. к. их духовный лидер в нем разочаровался:

Правда это или нет, разбирается следствие, пока не комментирующее эти догадки. Некоторые в селе считают, что *Петр выполнял чье-то задание из центра.*

— Петька нам говорил, *что у него друзья есть в Москве, которые тоже борются с глобализацией*, — говорят никольские. — *Они, наверное, ему заплатили, чтобы он людям голову заморочил и загнал их под землю!* Он раньше очень набожным был, в реставрации церкви участвовал, но потом в *официальной религии разочаровался*. Попал под чье-то влияние. И сам захотел быть «пророком».

На наш взгляд, минимальная представленность позиции самих затворников и тех, кто им сочувствует, и преобладание среди экспертов и очевидцев, чья речь цитируется журналистами, негативных оценок религиозной группы П. Кузнецова являются свидетельством того, что СМИ для массовой аудитории конструируют однозначно негативный образ «других», заключая их в пространство между психической ненормальностью или психологическим неблагополучием и враждебностью, а то и прямой опасностью по отношению к большинству россиян.

2.2.4. Тексты для узкой аудитории на порталах, посвященных обсуждению вопросов религии

Рассмотрим в качестве типичной иллюстрации текст «Православный Адъ в Пензенской области: верующие хотят сжечь себя

под землей», который отличает достаточно жесткая позиция по отношению к персонажам из Никольского:

29 православных, подобно первым христианам, ушли в катакомбы и ждут конца света. Если же кто-нибудь попытается воспрепятствовать их ожиданию, верующие угрожают сжечь себя заживо. Что же это: религиозная реальность новой России или *коллективное помешательство*?

Ожидание конца света — традиционное христианское занятие. Если внимательно прочитать новозаветные тексты, люди, вещающие от имени Иисуса Христа, обещают самый скорый и незамедлительный конец света.

С точки зрения психиатрии ожидание конца света — одна из самых *злостных бредовых идей*, содержащихся в христианской литературе. Апокалиптический и манихейский бред, бред собственной греховности, а также бред одержимости демонами и околдования всегда являлись своего рода осложнениями христианского вероисповедания и зачастую — его закономерным результатом. Религиозные *эпидемии*, возникавшие на основе этих бредовых идей, описывались ещё гениальным русским психиатром В. М. Бехтеревым в начале прошлого века, и до сих пор эта тема является остро актуальной в психиатрии.

Однако поражает избирательность подхода психиатров: почему в психиатрические лечебницы госпитализируются только отдельные, далеко не основные носители подобных идей? Давайте уж, господа психиатры, пролечим тех, кто верит во «второе пришествие», «воскрешение из мёртвых» и прочую апокалиптическую муть. <...> Что показательно, речь в данном случае идёт не о какой-то злокозненной секте, а о самых что ни на есть *ортодоксальных представителях РПЦ*. ...Как бы официальные чины РПЦ ни пытались *откреститься* от своих православных верующих, как бы ни пытались свалить вину на содержащегося в психиатрической лечебнице православного фанатика, ясно, что речь идёт именно о православных верующих. Кстати, такие «православней некуда» верующие присутствуют в любой православной «общине». Как правило, это самые рьяные верующие, относящиеся к религиозным догматам и текстам не формально, как большинство прихожан, а рьяно следующие евангельским текстам, писаниям святых отцов и проповедям священников.

В любом случае, пензенский инцидент должен послужить серьёзным уроком тем, кто занимается систематическим насаждением православия в России²⁰.

В данном тексте автор конструирует группу «других», включая в нее не только затворников, но и православных вообще, просто верующих и тех, кто поддерживает идеи православия (*верующие, православней некуда, те, кто занимается насаждением православия в России*). Негативное отношение к «другим» выделяется сразу в заголовке (*Православный адъ в Пензенской области*), причем до-революционный ер (ъ) на конце слова скорее всего должен отсылать к некоей ортодоксальности, архаичности происходящего. Интолерантность подчеркивается также многократными повторами при описании поведения персонажей (*бред, бредовый, злостный, эпидемия, муть, помешательство*). Несмотря на то, что автор формально разводит понятия «злостная секта» и «ортодоксальное православие», в конечном счете он стирает различия между ними, выделяя общее основание — веру в конец света и приход Антихриста. Автор ссылается на то, что хотя представители Русской православной церкви пытались от никольской общины *откреститься* («всякими способами уклониться, отказаться»)²¹, но все-таки затворники — православные верующие и действуют в рамках религиозных догматов.

Автор, стоящий на атеистических позициях, на протяжении всего текста выстраивает оппозицию «психически здоровый («мы»-группа) — психически нездоровый» («они»-группа). Основанием для подобного деления служат не только собственные суждения автора, но и ссылка на авторитеты в психиатрии.

К слову, большинство исследованных текстов по факту принадлежат журналистам-атеистам (неизвестно, стихийным или «научным»), не разделяющим идей православия в целом и идей затворников в частности. Однако на общем фоне выделяется текст «Информационная Погановка». Основная мысль текста заключа-

²⁰ URL: <http://www.ateism.ru/article.htm?no=1436>.

²¹ См.: Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд. М., 2004. С. 472.

ется в том, что люди, ушедшие в пещеру в Пензенской области, не «сектанты», а православные борцы «за право жить без ИНН». Однако официальные СМИ скрывают подлинные мотивы их поступка. Сам автор поддерживает идеи антиглобалистов и с их позиций оценивает действия пензенских затворников как положительные:

Это не «сектанты», а *искренне верующие православные*, не подзревающие, что их используют в большой провокационной игре так же, как и возмнившего себя «пророком» Петра Кузнецова.

«Сектанты», «религиозные фанатики», «люди, которые выступают против прогресса», «избавляются от всего, что связано с цифрами», «питают ненависть к налоговым номерам и паспортам», «раздувают истерию по поводу глобализма» — каких только эпитетов не удостоились *противники построения всемирной тоталитарной технотронной диктатуры!*²²

Автор указывает, что негативный образ отшельников СМИ создавали намеренно:

Наконец стало совершенно очевидным, что вся работа печатных и электронных СМИ направлена на *формирование крайне негативного общественного мнения* в отношении людей, законно протестующих против встраивания России в систему «нового мирового порядка». Словно *выстрелы из крупнокалиберного пулемета*, били по сознанию читателей и зрителей титры и заголовки: «Секта, секта, секта...». Статьи и репортажи в основном строились в форме мрачных «экспертных оценок» и изложения слухов. Сегодня же важно заявить о том, что огульному шельмованию со стороны прокремлевских СМИ и небезызвестных «экспертов» подверглись миллионы верующих людей, которые в рамках правового поля уже много лет ведут борьбу за свою богоданную свободу, законные права и национальную безопасность государства Российского²³.

Дистанцированность автора по отношению к другим журналистам подчеркивается сравнением заголовков статей с *выстрелами*

²² URL: <http://www.portal-credo.ru/site/?act=fresh&id=701>.

²³ Там же.

из крупнокалиберного пулемета. Автор подчеркивает, что в основном публикации о затворниках были основаны на слухах, т. е. являются недостоверными и намеренно были эмоционально негативно окрашены (*мрачные оценки*).

Заслуживает внимания подчеркнутый в данном тексте факт смены средствами массовой информации названия населенного пункта, возле которого отшельники вырыли свою пещеру:

Село Никольское, названное в честь и память особо почитаемого на Руси угодника Божия Николая Чудотворца, кормящиеся пером борзописцы беспардонно переименовали в Погановку. Почему? Так легче достичь нужного пиар-эффекта, работая с массовой аудиторией. Поганый — нечистый, скверный, презренный, отвратительный, гадкий — именно такие определения дает Толковый словарь русского языка²⁴.

Итак, какой же образ никольских затворников удалось создать средствам массовой информации? Безусловно, практически во всех текстах затворники предстают как «другие». Они не отличаются от «своих» внешним видом, уровнем образования, языком, отношением к семейным ценностям, предпочтениями в еде. Однако они не могут быть включены в круг «своих», так как ведут отличный образ жизни (его жестко регламентирует религия), при этом их трактовка религиозных догматов своеобразна и не вписывается полностью в рамки официального православия. Также они не признают основных законов государства (жгут паспорта), нарушают стереотип нормального поведения верующих — уходят в затвор, угрожая самоубийством. Неоднократно было высказано мнение, что действия затворников могут нести угрозу стабильному существованию общества, поэтому с ними нужно бороться (психически нездоровых нужно изолировать, не подчиняющихся закону — наказывать, остальных — депортировать, а также срыть пещеры), чтобы не допускать повторения данного случая.

²⁴ URL: <http://www.portal-credo.ru/site/?act=fresh&id=701>.

Интересно, что при выстраивании образа затворников чуть ли не главным основанием для отнесения их к «другим» был сам факт веры в Бога. Журналистские тексты выстраивались таким образом, что появлялся смысл ненормальности религиозной веры как таковой и ущербности верующих, т. е. и журналисты, и некоторые их респонденты фактически не признавали право свободы выбора веры нормальным и не считали уважение этого права неотъемлемым качеством цивилизованного человека. Получается, что российское общество в массе своей так до сих пор и не привыкло уважать чувства верующих, их убеждения.

Возвращаясь к вопросу информационной безопасности, хотелось бы отметить, что если говорить о совокупности публикаций в русскоязычном Интернете на тему добровольного затворничества группы верующих в Никольском, то в итоге журналисты показали проблему с разных позиций. Были высказаны разные точки зрения, и ни одна из этих точек зрения не получила статуса «истины в последней инстанции». Таким образом, за счет всей совокупности публикаций право аудитории на информационную безопасность было реализовано в интернет-СМИ более полно, чем в традиционной массовой прессе.

3. ВОСПРОИЗВОДСТВО СОЦИАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ТЕКСТАХ СМИ

3.1. Практики освещения в СМИ парламентской деятельности

Практически в любой демократической стране мира деятельность парламента обязательно освещается в общественно-политических СМИ. И это вполне логично, ведь парламент — это высший представительный орган, выполняющий, как правило, законодательную функцию, а значит, устанавливающий правила игры, по которым живет общество.

В России практика освещения парламентских событий начала формироваться сравнительно поздно — в XX в., когда в соответствии с высочайшим Манифестом от 17 октября 1905 г. приступила к работе I Государственная дума, которая проработала в общей сложности 12 лет (четыре созыва). Затем появившееся на руинах царской империи Советское государство приступило к формированию собственных парламентских структур: по Конституции 1924 г. высшим представительным органом стал Съезд Советов (собиравшийся 1 раз сначала в год, а затем в два года), а в 1936 г. был сформирован Верховный Совет СССР, действовавший на постоянной основе и уже более походивший на традиционный парламент. Верховным Советом назывался и первый парламент Российской Федерации постсоветского периода. В 1993 г. ему на смену пришло Федеральное собрание, состоящее из двух палат — верхней (Совет Федерации) и нижней (Государственная дума).

Предмет нашего анализа — практики освещения деятельности Государственной думы в современных российских СМИ. Мы говорим именно о нижней палате российского парламента в связи с тем, что ее деятельность более публична, что объясняется прежде всего порядком формирования Думы: депутатов избирают по спискам политических партий на прямых всенародных выборах, поэтому и депутаты, и политические партии, и избиратели заинтересованы в том, чтобы информация о работе Думы в целом, думских фракций и их членов была общедоступна. В результате представление о российском парламенте в сознании массовой аудитории формируется преимущественно на основании материалов о работе Государственной думы, а не Совета Федерации.

Итак, от освещения деятельности Государственной думы в СМИ зависит образ законодательной власти, фракций и политических партий, а также самих парламентариев, формируемый в сознании массовой аудитории, а значит, картина парламентского мира, складывающаяся в обществе. Деформация этой картины может нанести серьезный вред информационной безопасности демократического общества. Мы исходим из того, что парламент как высший представительный орган законодательной власти, формируемый на общенациональных конкурентных и свободных выборах, является неотъемлемым институтом демократического государства; ограничение прав парламента, а также ограничение политической конкуренции внутри или вовне его (например, на этапе формирования, т. е. проведения парламентских выборов) способны нанести значительный вред основам демократии и поставить под угрозу демократический статус государства.

Основная проблема, влияющая на информационную безопасность и возникающая при освещении парламентской деятельности в СМИ, связана с полнотой и адекватностью той информации о деятельности Государственной думы, которую СМИ доносят до массовой аудитории. Таким образом, угрозой информационной безопасности представляется как распространение искаженной информации и тенденциозная подача фактов, так и замалчивание тех или иных событий (аспектов событий), т. е. предоставление неполной информации.

Представляется возможным выделить три аспекта этой проблемы:

- 1) освещение деятельности Государственной думы и депутатов в целом;
- 2) освещение деятельности думских фракций и соответствующих им политических партий;
- 3) освещение деятельности отдельных депутатов.

Отметим, что третий аспект оказывается составной частью второго, если речь идет о депутатах как представителях той или иной фракции либо политической партии, представленной в Думе. Объединению данных аспектов способствуют и последние изменения в избирательном законодательстве, установившие новый порядок формирования Государственной думы: отмена выборов по одномандатным округам и усиление роли политических партий привели к тому, что основными парламентскими игроками стали не конкретные депутаты, а фракции, представляющие политические партии, победившие на выборах. При этом конкретные депутаты представляются функциями соответствующих фракций (политических партий), осуществляющими от их лица те или иные действия, в том числе речевые. Кроме того, распространение искаженной информации, тенденциозная подача фактов, а также замалчивание информации о конкретном депутате хотя и имеют отношение к проблеме информационной безопасности, но напрямую не угрожают парламенту как институту демократического общества, а значит, не являются предметом нашего внимания. В связи с этим мы рассмотрим первый и второй аспекты сформулированной проблемы.

3.1.1. Освещение деятельности Государственной думы в целом

Основная опасность заключается в том, что СМИ могут повлиять на реципиентов таким образом, что в сознании последних значительно снизится оценка той роли, которую играет нижняя палата парламента и парламент в целом в политическом процессе, сформируется устойчивый негативный образ Думы (и, шире, пар-

ламента) как политического института. Подчеркнем: речь не идет о формировании негативного образа Думы определенного созыва (т. е. некоторой совокупности конкретных депутатов), что, на наш взгляд, в некоторых условиях представляется вполне естественной, обоснованной критикой. Ситуация может быть опасна в том случае, если негативная оценка будет распространена на сам институт думы (парламента) и будет укоренена в сознании большинства граждан. В таких условиях последние могут согласиться поддержать преобразования, направленные на фактическое, а может, и юридическое вытеснение высшего представительного органа законодательной власти из сферы государственного управления. Опасность также представляет тотальное замалчивание информации о деятельности парламента, однако ввиду отсутствия в настоящий момент подобной практики не будем заострять на этом внимание.

Можно сказать, что специфическая природа парламента в некотором смысле способствует созданию его негативного образа. Обратимся к этимологии слова «парламент». Оно образовано от французского *parler* — говорить. Действительно, парламент — это место, где в ходе обсуждения происходит согласование политических интересов. Но в сознании части россиян деятельность, связанная с говорением, не вызывает симпатий или вообще не воспринимается в качестве продуктивного труда. Соответствующие стереотипы глубоко укоренены в национальном сознании и зафиксированы в форме пословиц и поговорок: *По разговорам всюду, а по делам никуда; Не та хозяйка, которая говорит, а та, которая щи варит; Кто языком штурмует, не много навоюет; Языком и лаптя не сплетишь*. Аналогичные оценки воспроизводятся и в материалах СМИ:

С депутатами, предположим, все ясно. *Говорят они много, но от них мало что зависит* — как в Кремле скажут, так они и проголосуют. А откуда недоверие к министрам?¹

Первое в новой сессии заседание Госдумы было горячим, но не очень продуктивным. Депутаты *много говорили*: видимо, соскучились за зимние каникулы по думским микрофонам. Но приняли

¹ Анисимов Е. Министры играют в молчанку // Комсомольская правда. 2005. 14 июля.

только два законопроекта во втором чтении. Остальные — в повестке их было около двух десятков — отклонили или перенесли².

Депутаты много говорят, но мало делают, от них мало зависит — данный смысл появляется во многих материалах СМИ. И, как показывают социологические опросы, значительная часть аудитории с этим согласна. Причем результаты подобных исследований — обычно критические по отношению к депутатам и Думе — широко представлены в СМИ, что, естественно, лишь укрепляет существующие стереотипы. Широкий резонанс вызвал, к примеру, опрос, проведенный фондом «Общественное мнение» летом 2007 г.:

«Бездельники, жулики и вруны» — такими эпитетами наградили депутатов Госдумы россияне, как следует из опубликованных в минувшую пятницу результатов опроса фонда «Общественное мнение». <...> Почти половина респондентов (45 %) оценили работу депутатов Госдумы как «плохую и очень плохую». Самые популярные эпитеты, которые россияне нашли для родных народных избранников, были: «бездельники, которые много говорят, мало делают»...³;

Как отмечают эксперты ФОМ, респонденты по-разному оценивают понятие «депутат Госдумы». Чаще всего (14 %) они называли законодателей «бездельниками», «балаболами», «брехунами» и «дармоедами»⁴.

Примечательны слова «балабол», т. е. «человек, любящий заниматься пустой болтовней, пустомеля»⁵, и «брехун», т. е. «враль, лгун»⁶. Таким образом, деятельность Госдумы ассоциируется с пустой болтовней, которая оценивается негативно.

Следует также учитывать, что значительная часть деятельности Думы является публичной. В Регламенте нижней палаты (ст. 37, п. 1)

² Шкель Т. Нефтяное пятно // Рос. газ. 2007. 11 янв.

³ Красилова Н. Плохо и очень плохо : россияне оценили работу депутатов // Новые известия. 2007. 23 июля.

⁴ Половина россиян не довольна работой Госдумы // РИА «Новости». 2007. 20 июля.

⁵ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1999. С. 34.

⁶ Там же. С. 59.

сказано, что заседания Думы «проводятся открыто, гласно и освещаются в средствах массовой информации»⁷. Ориентация на массового «адресата-наблюдателя» усиливает тенденцию к театрализации парламентской деятельности⁸. Депутаты стремятся привлечь потенциальных избирателей. Для этого используются различные методы, такие как повышенная эмоциональность речи, ораторские приемы, выразительные средства, эпатаж, языковая игра, агрессия и т. п. Все это должно заинтересовать зрителей, слушателей и читателей, но в первую очередь тех журналистов и редакторов, которые отвечают за отбор информации. Действительно, СМИ охотно тиражируют яркие и необычные выступления, но с этим связаны и некоторые негативные моменты: аудитория фиксирует связь парламентской деятельности с чем-то несерьезным, театральным и воспринимает ее как деструктивную, не связанную с осуществлением непосредственных функций парламента:

Широко и весело отмечали вчера в думских кулуарах День дурака. Депутаты развлекали друг друга SMS-ками про секс, шутили про главного «героя» последней парламентской драчки Жириновского и даже про покушение на Чубайса⁹;

Госдума отклонила поправку к законопроекту, предложенную депутатом от фракции КПРФ Виктором Тюлькиным, о переезде Конституционного суда из Москвы на Чукотку. Обосновывая свое предложение, Тюлькин отметил, что если независимость суда зависит от удаленности от Москвы, то «я предлагаю перенести его дальше всех, у нас есть Чукотка, будет самый независимый суд». <...> Госдума также отклонила предложение Тюлькина перенести Конституционный суд на Курильские острова, чтобы «показать японцам» силу и нерушимость российской государственности¹⁰.

⁷ Регламент Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации. URL: <http://www.duma.gov.ru>.

⁸ Подробнее см.: Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Полит. наука. Полит. дискурс : история и современ. исследования. № 3. М., 2002. С. 37; Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000. С. 66.

⁹ Олифирова С., Вандышева О. В Думе может появиться резиновое чучело Жириновского // Комсомольская правда. 2005. 1 апр.

¹⁰ Госдума отвергла предложение депутата от КПРФ о переезде КС на Чукотку // РИА «Новости». 2006. 15 дек.

Также СМИ охотно тиражируют агрессивные выступления депутатов. При этом следует учитывать, что парламентский дискурс характеризуется высоким уровнем речевой агрессии в силу вполне естественных причин. В парламенте представлены партии, имеющие различные политические взгляды. В результате возникают отношения агональности: фракции противостоят друг другу, а также исполнительной власти (если речь идет об оппозиционных фракциях). Агональность проявляется как концептуальное столкновение аргументации при рассмотрении законопроектов и обсуждении иных вопросов. Все это сопровождается эмоциональными столкновениями, в ходе которых активно используются всевозможные средства речевой агрессии. Рассмотрим несколько примеров:

Лидер ЛДПР Владимир Жириновский обвинил Алексея Митрофанова в предательстве за то, что тот перешел из ЛДПР в партию «Справедливая Россия». Жириновский даже поблагодарил руководителя «Справедливой» Сергея Миронова за освобождение от политического балласта. «Он никогда не был моей “правой” или “левой” рукой. Он вообще никогда веса в партии не имел. И не занимал никаких постов», — цитирует Жириновского «Интерфакс». По его словам, «теперь народ будет видеть, из чего состоит эта партия — “Справедливая Россия” — из перебежчиков и предателей»¹¹.

«При ближайшем выступлении Жириновский начнет мочиться на своих коллег», — предостерег депутат Ковалев и тут же предложил главе комиссии по этике Галине Стрельченко («Единство») подать на него в суд.

Депутат Стрельченко не стала ругаться. <...> Зато Владимир Жириновский не остался в долгу.

— Я вынужден парировать Сергею Адамовичу. Вами должны заниматься прокуратура, МВД и ФСБ, а не комиссия по этике. Вы политический преступник. Ни один депутат не охаивал в Совете Европы свою страну так, как это делаете вы. У вас еще хватает совести говорить об этике!

— От фракции «Яблоко» я предлагаю прекратить понос сознания у некоторых депутатов, — подключился к полемике вице-спи-

¹¹ Жириновский назвал Митрофанова предателем за переход в «Справедливую Россию» // Новая газета. 2007. 29 авг.

кер Владимир Лукин. — Эту порцию оскорблений тоже нужно рассмотреть сегодня на комиссии по этике, хотя у нее и так много проблем (сегодня комиссия будет разбираться, ругался ли Жириновский перед телекамерами матом на президента Буша)¹².

Как показывает практика работы Госдумы, агрессия речевая порой переходит в физическую. И мимо такого информационного повода не проходит практически ни одно СМИ. Многие помнят потасовки с участием Василия Шандыбина и Александра Федулова, Владимира Жириновского и Андрея Савельева и др. Материалы об этих событиях были растиражированы практически всеми телеканалами, опубликованы во многих печатных СМИ и интернет-изданиях. Вот несколько примеров:

В пятницу в Госдуме при обсуждении повестки дня случилась драка между депутатом Александром Федуловым и коммунистом Василием Шандыбиным. Этот случай — не первый мордобой в действующей Думе. Накал страстей и чесание кулаков объясняются просто: перед выборами у думцев наступает своего рода «момент истины». При том что батальные сцены явно не повышают популярность Думы в глазах избирателей, которым голосовать за ее новый состав в декабре. Что, в свою очередь, угрожает низкой явкой на выборы: чтобы убедить голосовать за таких парламентариев, воистину нужна мощная, стало быть, дорогостоящая избирательная кампания¹³.

В зале заседаний Государственной думы в среду произошла потасовка. Как сообщает РИА «Новости», столкновение произошло в тот момент, когда зал демонстративно покидали депутаты из фракции ЛДПР, выступившие против результатов выборов в Законодательное собрание Ямало-Ненецкого автономного округа (ЯНАО).

Как рассказал позднее журналистам один из либерал-демократов Алексей Островский, у лидера фракции Владимира Жириновского на выходе из зала возникла стычка с депутатом от фракции «Родина» Андреем Савельевым.

¹² Руднева Е., Вернидуб А. «Я уличный боец, я откушу ему нос» // *Gazeta.ru*. 2003. 7 февр.

¹³ Садчиков А. Настоящих буйных мало // *Известия*. 2003. 7 февр.

В течение пяти последующих минут спикер Госдумы Борис Грызлов безуспешно вызвал к разуму парламентариев, пытаясь их успокоить и призывая «не уподобляться другим парламентам». «Депутаты-мужчины, остановитесь!» — восклицал Грызлов.

Однако депутаты были слишком увлечены происходящим. Савельев сначала пытался использовать в качестве оружия бумаги, которые держал в руке, однако затем в ход пошли кулаки. В тот же момент Жириновского и Савельева окружили другие депутаты, которые стали помогать каждый своей стороне. Однако вскоре первые двое снова остались один на один и Савельев повалили Жириновского на пол. Тут уже все бросились спасать лидера ЛДПР, так как представитель «Родины» явно слишком увлекся. Судя по видеокадрам, серьезных повреждений ни одна из сторон конфликта не получила¹⁴.

Обозначенная специфика парламентской деятельности способствует негативному восприятию последней со стороны массового «адресата-наблюдателя». Тем не менее наше исследование показало, что необходимость Госдумы как института обычно не ставится под сомнение. Хотя бывают и редкие исключения:

Александр Гамов: Владимир Вольфович, так как быть Путину: уходить — не уходить?

Владимир Жириновский: Если бы я был на его месте, я бы объявил: вот программа на 20 лет. Прекращаем выборы. Сегодня Госдума не нужна. Распускаем.

Александр Гамов: А Совет Федерации?

Владимир Жириновский: Распустить все законодательные органы. Не тратить деньги. Общественная палата — вот наш парламент. Давайте! Там будет 126 человек. Лучшие люди страны. Путин говорит: вот закон по ЖКХ. Одобряете? Одобрям. Вводим. Не одобряют — дорабатывают. Все законы готовит Минюст. Одобрят общественная палата, и указом президента вводятся они. Зачем столько выборов? Что вы выбираете все время?¹⁵

¹⁴ В Госдуме подрались депутаты из ЛДПР и «Родины» // Lenta.ru. 2005. 30 марта.

¹⁵ Александр Гамов. Владимир Жириновский: Госдума — это осиное гнездо, кругом враги // Комсомольская правда. 2005. 28 дек.

Вот пример из региональной прессы:

Напомним, сегодня в прямом эфире в 18 часов по местному времени президент Владимир Путин ответит на вопросы россиян. «АП» предложила читателям обратиться в редакцию с вопросами, которые жители области хотят задать главе государства. <...> Пожалуй, самым серьезным стал вопрос Николая Белоусова, участника Великой Отечественной войны из Благовещенска. Он касается устройства государственной власти. «Уважаемый президент Владимир Владимирович! Как вы считаете, можно ли упразднить Государственную думу и Совет Федерации, где слишком много думщиков и большой расход денежных средств, а вместо этого учредить Верховный Совет РФ, подотчетный президенту. Я считаю, это будет эффективнее»¹⁶.

Обратим внимание на то, что автор вопроса предлагает не просто реформировать парламент, но, по сути, лишить его статуса высшего законодательного органа, подчинив главе государства.

Периодически похожие дискуссии возникают на интернет-форумах. Например, на историческом форуме «Istorichka.ru» с ноября 2006 по февраль 2007 г. обсуждалась тема «Нужна ли России Государственная дума?» Отрадно, что участники этого обсуждения (в основном студенты), в целом негативно оценивая российскую парламентскую практику текущего периода, не ставили под сомнение необходимость института парламентаризма в России:

KS: Для реального управления государством [Государственная дума] не очень нужна. Для создания видимости демократической системы — необходима как «пропуск в клуб». Как отдушина для народных чаяний и народного гнева — необходима.

Так что все-таки нужна. Прежде всего, на мой взгляд, для второй функции — не стоит эту функцию недооценивать.

Вновь обратимся к социологическим исследованиям. Как уже было сказано, они фиксируют негативное отношение россиян к депутатам, но в то же время опросы свидетельствуют, что даже в бур-

¹⁶ Якушева М. Амурчане предлагают Путину упразднить Госдуму // Амурская правда. 2007. 18 окт.

ные 90-е, когда накал политических страстей был чрезвычайно высок, а театрализация парламентской деятельности доходила до предела, мнение о необходимости упразднить Госдумы не было популярным среди населения РФ. В качестве примера приведем выдержки из отчета фонда «Общественное мнение», опубликованного 12 июня 1997 г. под заголовком «Нужна ли России Государственная дума?»:

Судя по результатам проведенного опроса, население России довольно негативно оценивает деятельность нынешней Государственной думы: 51 % респондентов воспринимают эту деятельность однозначно отрицательно; каждый четвертый (25 %) видит в работе Госдумы как негативные, так и позитивные стороны, и лишь 10 % высказались о работе Думы определенно положительно. <...> Тем не менее только четверть россиян (25 %) не видит особой надобности в существовании Думы; в два с лишним раза чаще выражается мнение, что Госдума России нужна, что она должна быть обязательно (54 %). Необходимость существования нижней палаты российского парламента в большей степени осознают люди с высшим образованием (67 %), хотя и среди лиц с неполным и законченным средним образованием такая точка зрения преобладает (52 %)¹⁷.

Хотелось бы, кроме того, обратить внимание на тревожную тенденцию: сомнения в целесообразности существования Думы в ее нынешнем виде (когда существует парламентское большинство, способное самостоятельно принимать парламентские решения) все чаще звучат из уст самих парламентариев:

Мы, Любовь Константиновна, вот лично я, извините, конечно, я довожу свою точку зрения как депутат, как представитель Курской и Белгородской областей, свою позицию до «Единой России». Вы ее сейчас представляете, вы большинство. Уже и так во всех кулуарах говорят: «Зачем нам здесь собираться? Давайте все эти кнопки на один пульт выведем — «Единой России», и пусть они... Что в зал-то ходить?» Мы занимаемся тут самой натуральной профанацией. Ни у кого нет желания принимать участие вот в этом мероприятии, потому что все заранее предрешиено, все всё прекрасно

¹⁷ URL: http://bd.fom.ru/report/map/projects/finfo/finfo1997/682_12717/of19972301.

понимают, и поэтому действительно некоторых депутатов в зале не увидишь: они занимаются своими делами, на жизнь зарабатывают.

В данном выступлении С. В. Иванова (фракция ЛДПР), прозвучавшем на заседании Госдумы 18 февраля 2005 г., дается развернутая оценка ситуации, сложившейся в Думе. Оратор называет работу депутатов на пленарном заседании (все то, что принято называть парламентскими дебатами, в том числе рассмотрение законопроектов) *профанацией*. Таким образом, утверждается, что смысл парламентской полемики искажен, извращен¹⁸: вместо аргументированного спора, нацеленного на достижение взаимоприемлемого решения, полемика превратилась в ритуальную риторику. С помощью ссылки на неформальную часть парламентского дискурса говорящий дает понять, что такое мнение широко распространено в Думе: *...Во всех кулуарах говорят: «Зачем нам здесь собираться?»*.

3.1.2. Освещение деятельности фракций Государственной думы и соответствующих им политических партий

Парламентская деятельность — это деятельность не только законодательная, но и политическая. А политика всегда связана с соперничеством, с борьбой за власть¹⁹. Основными участниками этой борьбы традиционно считаются политические партии. В соответствии с изменениями, внесенными в избирательное законодательство в 2007 г., Госдума теперь формируется исключительно по партийному принципу. Представительство партии в Думе называется фракцией. Таким образом, фракция — основной участник политической борьбы в парламенте.

¹⁸ См., например: Большой словарь иностранных слов / сост. А. Ю. Москвин. М., 2002. С. 549; Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1999. С. 626.

¹⁹ См., например: Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000; Шмитт К. Понятие политического // Вопр. философии. 1992. Т. 1, № 1. С. 35—67.

Отметим, что образ фракции формируется, во-первых, на основе материалов СМИ, в которых в том или ином контексте говорится о фракции вообще, без упоминания конкретных ее членов, во-вторых, на основе материалов, в которых упоминаются депутаты — члены данной фракции (если при упоминании депутата обозначается его фракционная принадлежность или она и без того известна реципиенту, то упомянутый депутат воспринимается как часть фракции, а следовательно, данная информация участвует в формировании образа не только данного депутата, но и фракции в целом).

Основная опасность, связанная с освещением деятельности фракций в СМИ, так называемое информационное неравенство, т. е. отсутствие равного доступа фракций к коммуникации с массовой аудиторией посредством СМИ. В такой ситуации одни фракции находятся в привилегированном положении, а другие подвергаются дискриминации.

Проблема становится особенно актуальной в условиях современной России, когда одна из фракций Думы имеет большинство, позволяющее обеспечивать принятие решений без участия других фракций. В иных условиях фракции вынуждены согласовывать свои интересы и находить консенсус, чтобы обеспечить принятие парламентских решений. Если же одна фракция может самостоятельно принимать решения, в т. ч. законодательные акты, то необходимость в согласовании интересов с оппозицией отпадает.

В условиях отсутствия возможности повлиять на процесс принятия парламентских решений депутаты от оппозиции рассчитывают на иную форму реализации существующей у них власти, а также на иной способ борьбы за власть. Их действия ориентированы непосредственно на массовую аудиторию. Будучи депутатами, представители оппозиции могут обращаться к потенциальным избирателям через СМИ как одну из форм реализации существующей у них власти. А борьба за власть проявляется в борьбе за своего избирателя: именно к нему, а не к политическим оппонентам в Госдуме часто обращены аргументы ораторов-оппозиционеров. В таких условиях СМИ становятся институтом, гарантирующим права оппозиции и возможность смены правящей фракции в результате выборов. Именно СМИ обеспечивают возможность свободной и равной кон-

курении парламентских фракций, с одной стороны, с другой — могут способствовать установлению однопартийного режима в том случае, если не справятся с выполнением своих функций.

Таким образом, информационная безопасность российского общества (его демократических институтов) во многом зависит от того, как СМИ освещают деятельность думских фракций (и соответствующих им партий): уделяют ли они равное внимание всем фракциям или акцентируют внимание лишь на деятельности одной из них — фракции парламентского большинства.

Посмотрим, насколько адекватно СМИ освещают деятельность думских фракций. В качестве материала для анализа возьмем стенограммы заседаний Госдумы, с одной стороны, и материалы СМИ, повествующие о соответствующих заседаниях, — с другой. Чтобы избежать политизации анализа, рассмотрим деятельность Думы прошлого созыва, принимая во внимание, что отмеченная нами специфика (наличие парламентского большинства) характерна и для Думы того периода (отличием является иной фракционный состав и наличие депутатов, не состоящих во фракциях, в том числе депутатов, представляющих партии, не прошедшие в Госдуму по партийным спискам).

Начнем с количественных показателей, характеризующих упоминаемость политических партий в СМИ в 2005 г., оформленных ниже в табличной форме.

Политическая партия	Упоминаемость партии в СМИ (кол-во сообщений)*			
	Всего	Сообщения, в которых объект играет главную роль	Негативного характера	Позитивного характера
«Единая Россия»	50796	8396	4812	2032
КПРФ	33281	5271	1094	892
«Родина»	18143	2841	1384	233
«Союз правых сил»	16116	2542	603	112
ЛДПР	15807	948	773	110
«Яблоко»	15441	1974	546	76
«Народная воля»	2547	106	21	6

* В таблице представлены результаты анализа информации из более чем 2700 открытых источников (печатные СМИ, радио, ТВ, информационные агентства и интернет-ресурсы) на основе информационно-аналитической системы «Медиалогия» (www.medialogia.ru).

Перейдем к анализу содержания материалов СМИ, повествующих о деятельности Госдумы и формирующих образ тех или иных фракций.

Одно из самых громких парламентских событий 2005 г. — рассмотрение Государственной думой вопроса о вотуме недоверия правительству Михаила Фрадкова. С соответствующей инициативой выступили представители оппозиционных фракций — КПРФ и «Родина». Поводом послужили серьезные просчеты исполнительной власти, допущенные при реализации федерального закона № 122, известного широкой аудитории как Закон о монетизации льгот, и повлекшие рост социальной напряженности среди так называемых льготников — ветеранов войны и труда, тружеников тыла, инвалидов и др.

Названный закон был принят по инициативе правительства РФ при активной поддержке парламентского большинства и вступил в силу 1 января 2005 г. Но уже через несколько месяцев Государственная дума была вынуждена внести изменения в уже действовавший закон (снова по инициативе правительства РФ), что также свидетельствует о явных недоработках первоначально принятого документа.

Отметим, что вотум недоверия поддержали не только фракции-инициаторы, но и отдельные депутаты от ЛДПР и даже от «Единой России». Вообще, представители парламентского большинства достаточно активно критиковали действия правительства, и особенно отдельных министров, в частности М. Ю. Зурабова, однако от поддержки вотума фракция отказалось. Соответствующие заявления были сделаны руководителем фракции и спикером Госдумы Б. Грызловым, а также вице-спикером О. Морозовым, выступавшим от имени фракции при обсуждении данного вопроса на пленарном заседании. Особый интерес, на наш взгляд, представляют результаты голосования: «за» — 112 человек (24,9 %), «против» — 20 человек (4,4 %), воздержалось 4 человека (0,9 %), всего голосовало 136 человек, не голосовало 314 человек (69,8 %). Результат: не принят.

Мы видим, что против вотума проголосовали лишь 20 человек, в то время как за его поддержку высказались 112 депутатов. При этом большинство парламентариев попросту не участвовало в го-

лосовании, хотя, если верить системе регистрации, в зале присутствовали 429 народных избранников.

Теперь посмотрим, как данное парламентское событие освещалось в СМИ.

Информационный портал «Vesti.ru» опубликовал 9 февраля два отчета об этом событии (сюжеты аналогичного содержания вышли в программе «Вести» на телеканале РТР). В каждом из них авторы попытались дать слово всем основным участникам дискуссии. Так, в материале Игоря Кожевина и Петра Ровнова «Фрадкова покритиковали, но услышали» содержатся выдержки из выступлений председателя правительства М. Е. Фрадкова, зампреда Госдумы от фракции «Единая Россия» Олега Морозова, зампреда Госдумы от фракции «Родина» Сергея Бабурина, руководителя фракции КПрФ Г. А. Зюганова, лидера ЛДПР В. В. Жириновского. Таким образом, представлено мнение не только парламентского большинства, но и оппозиционных партий. В результате текст воспринимается как непредвзятый отчет о событии. При этом он не лишен экспрессии: авторы приводят фрагмент из весьма эпатажного выступления лидера ЛДПР, но отбирают цитируемый материал так, чтобы в тексте присутствовали и рациональные предложения, высказанные оратором:

— Сегодня вечером проведите аресты руководителей левых организаций, если Вы сильный министр, у Вас же есть ФСБ и прочие структуры, финансовые структуры, — посоветовал Фрадкову Жириновский. — Надо нам обязательно критиковать и правительство, и нас самих, но должны быть три приоритета: максимум денег на оборону, как в США, второй приоритет — наука, без нее прогресса не получится. Нам нужно обязательно на науку дать как можно больше, и средняя зарплата ученых в семь тысяч не годится. В-третьих — образование.

Как видим, авторы не акцентируют внимание аудитории исключительно на «перлах» В. В. Жириновского. Информация подается достаточно сдержанно, что, впрочем, не мешает созданию интересного и яркого журналистского материала.

Мнение оппозиции представлено и в материале Ивана Родина «Блистательно умыли руки» (подзаголовок: *314 депутатов Думы смело выразили свое отношение к правительству и экономической политике*), опубликованном в «Независимой газете» 10 февраля 2005 г. Более того, автор и сам не прочь поиронизировать над позицией парламентского большинства, о чем свидетельствуют заголовки и подзаголовки материала, смысл которых в полной мере проясняется лишь в заключительной части текста, где автор рассказывает об итогах голосования:

За вынесение вотума недоверия кабинету министров проголосовали 112 парламентариев. Против высказались 20, воздержались 4. Остальные депутаты — 314 человек — не приняли участия в голосовании. В рядах ЕР нашлись 5 «смельчаков», предложивших уволить Фрадкова.

Несмотря на наличие критики в адрес парламентского большинства, мы не можем сделать вывод о том, что журналист выступает за выражение вотума недоверия правительству. Его позиция сходна с мнением оппозиционеров в другом: они одинаково бесперспективно оценивают всякую попытку противостоять парламентскому большинству в действующей Госдуме. Рассмотрим, как это выражено в тексте:

Большинство депутатов «Единой России» вообще не стали участвовать в голосовании... сделав, таким образом, долгожданное обсуждение социального кризиса с главой правительства нарочито *бессмысленным мероприятием*. Тем не менее премьер Михаил Фрадков *изображал*, что весьма серьезно относится к происходящему: он выступал долго и эмоционально. Заведомо *бесперспективная* процедура длилась три часа. И все это время Фрадков покорно ждал своей участи на Охотном ряду, хотя итоги голосования ему были *известны* не хуже, чем руководству «Единой России». Ощущение *театра абсурда* усиливалось весьма комичными репликами самого «виновника торжества». Но итог заседания все равно был *предрешен*. Из 20 независимых депутатов «за» проголосовали 16. «Против» высказался лишь известный телеведущий Александр Невзоров, который на заседание вообще не приходил (го-

лосовали его карточкой). Что было вполне в духе вчерашнего *абсурдного мероприятия*.

Журналист указывает на то, что итоги голосования *были известны, были предreshены*, что позволяет ему оценить все мероприятие (рассмотрение вопроса о выражении вотума недоверия правительству) как *бессмысленное, бесперспективное и абсурдное*. Использование фразеологизма *театр абсурда* позволяет подчеркнуть, что все происходящее носит имитационный характер. Это лишь театр, т. е. представление, которое разыгрывают известные политики. Отсюда еще одно слово из соответствующей тематической группы: *Фрадков изображал...* Согласно Словарю С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, изобразить значит «воспроизвести в художественном образе, а также вообще показать, представить»: например, «изобразить на сцене скупца»²⁰. Получается, председатель правительства делал вид, что участвует в серьезном мероприятии.

Таким образом, автор текста, как и некоторые думские депутаты, фиксирует, что в условиях наличия парламентского большинства, которое не нуждается в согласовании интересов с представителями других фракций, исход голосования по тому или иному вопросу известен заранее. В результате обсуждение вопросов повестки дня на заседаниях Госдумы превращается в своеобразный ритуал, содержание которого не влияет на конечный результат. Однако этот ритуал необходим в силу того, что без его соблюдения легитимное принятие парламентских решений становится невозможным. При этом важно, что содержание обсуждения в данном случае, хотя и не повлияло на итоги голосования, оказалось доступным для читателей «Независимой газеты» и других СМИ, аудитория которых на основе представленной информации сможет сформировать свое мнение по поводу действий депутатов и фракций. Но, к сожалению, журналисты, освещая парламентские события, не всегда доносят до аудитории всю палитру мнений.

10 февраля 2005 г. «Российская газета» опубликовала материал Елены Лашкиной «Ума хватило — вотум не прошел» (подзаголовок: *Правительство Фрадкова продолжает работать*). Автор дает

²⁰ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. С. 242.

негативную оценку действиям депутатов, инициировавших и поддержавших выражение вотума недоверия правительству, непосредственно в заголовке. Имплицитно противопоставляются те, у кого «ума хватило» — противники вотума (отметим, что конкретные политические силы в тексте не названы), и те, у кого ума не хватило — сторонники вотума (в тексте к ним отнесены члены фракций КПРФ и «Родина»). Далее названы мотивы сторонников вотума:

Как бы то ни было, но главная цель депутатов была все же показать избравшим их россиянам собственную активность, пусть даже слегка покритиковав кабинет Фрадкова.

По мнению автора публикации, действия депутатов (речь идет, напомним, о представителях двух оппозиционных фракций) направлены на то, чтобы повлиять на электорат. Казалось бы, в этом нет ничего плохого, особенно если учесть, что у парламентского меньшинства нет возможности эффективно влиять на принятие решений в Думе. Однако приведенный фрагмент текста, так же как и заголовок, показывает негативное отношение автора к действиям сторонников вотума. Они лишь *хотят показать собственную активность*. Учитывая смысл заголовка, читатель невольно воспринимает эту информацию в негативном свете: инициатива оппозиционеров — нечто показное, «рассчитанное на внешнее впечатление, притворное»²¹; депутаты только делают вид, что активны, а сделать вид — то же, что «притвориться»²², «принять какой-нибудь вид с целью ввести в заблуждение, повести себя неискренне»²³.

Интересно, что журналист, тезисно представив в тексте содержание выступления премьер-министра, не снабжает его своими критическими замечаниями. При этом выступления оппозиционеров автор стремится оспорить:

Но коммунисты, настроившись определенным образом, в штыки восприняли новую экономическую политику кабинета и язвительно сожалели о том, что главе кабинета министров потребовался

²¹ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь... С. 549.

²² Там же. С. 81.

²³ Там же. С. 601.

целый год для извлечения этих уроков. Депутат от КПРФ Нина Останина пыталась обвинить правительство в том, что оно, не увеличивая размер пособий на детей, фактически выступает против здорового общества. Кабинет Фрадкова можно обвинять во многих недоработках, но, пожалуй, не в этом. Правительство недавно поддержало предложение депутатов по увеличению пособий, правда, признав, что это лишь малая толика необходимого. «Нужна комплексная политика по работе с молодежью», — согласился Фрадков.

Даже в том случае, если мы согласимся с мнением автора и признаем критику депутата Останиной безосновательной, остается вопрос: почему из нескольких десятков депутатских выступлений — критических по отношению к правительству — было выбрано для представления читателям столь несостоятельное?!

Перейдем к другой теме и рассмотрим материал Тамары Шкель «Комод от дедушки бесплатно» (подзаголовок: *Отменив налог на наследство, депутаты занялись законотворческой экзотикой*), опубликованный в «Российской газете» 16 июня 2005 г. Композиционно текст делится на две части, содержание и тональность которых различны, в результате чего возникает контраст. Первая часть, полная иронии и юмора, посвящена необычным инициативам депутатов — *законотворческой экзотике*, как выражается автор в подзаголовке. Во второй — уже серьезно — повествуется об одном из принятых законопроектов, предполагающем отмену налога на наследство. Приведем эту часть полностью:

Депутаты Госдумы вчера избавили россиян от налога на наследование и признали права ближайших родственников — родителей, детей, супругов, бабушек, дедушек и внуков, а также братьев и сестер — делать друг другу подарки, не делясь процентами от их стоимости с государством. Документ с соответствующими поправками в российское законодательство принят в окончательном, третьем, чтении (414 голосов «за»).

Единороссы, можно сказать, «продавили» закон, отменяющий эти налоги, своей массой. Правительство сопротивлялось до последнего, отстаивая свою точку зрения: родственники второй очереди должны платить налог на дарение хотя бы по уменьшенной до пяти процентов ставке. Более дальние родственники и люди,

не состоящие в родстве, за полученные дары, причем только те из них, что регистрируются государством, — квартиры, автомобили, земельные участки, акции, доли, паи и прочее подконтрольное имущество — в соответствии с принятым законом должны будут платить налог по единой ставке — 13 процентов. Против этого депутаты не возражали.

Итак, закон прошел свой думский путь. Теперь его судьба зависит от сенаторов и президента. Как предполагают эксперты, правительство попытается при рассмотрении закона в Совете Федерации воздействовать на сенаторов, чтобы они отклонили закон. Тогда может быть создана согласительная комиссия, и у правительства появится шанс все-таки внедрить в документ пятипроцентный налог за дарение для бабушек, дедушек, внуков, братьев и сестер. Однако единороссы предупреждают: собирать такой налог будет непросто. Построить родственную цепочку, в которой все окажутся первоочередниками, смогут даже неискушенные в схемах ухода от налога люди.

Если Совет Федерации одобрит, а президент подпишет закон, он вступит в действие с 1 января 2006 года.

Отметим несколько показательных моментов. Во-первых, принятый законопроект оценивается журналистом положительно, так как избавляет россиян от некоторых налогов. Во-вторых, о поддержке законопроекта на пленарном заседании заявили представители фракций «Единая Россия», КПРФ и ЛДПР, однако о позиции двух последних журналист предпочел умолчать. Хотя из выступления депутата от ЛДПР А. В. Митрофанова стало известно, что эта партия давно предлагала принять соответствующий закон. А депутат от КПРФ О. Н. Смолин не только сообщил о концептуальной поддержке законопроекта, но и обозначил его проблемные места:

...Фракция Компартии Российской Федерации поддержит этот законопроект, поскольку он действительно касается многих-многих миллионов наших избирателей, в том числе с низкими и средними доходами. Вместе с тем наше отношение к этому законопроекту по крайней мере двойственное, уважаемые коллеги, ибо от его принятия рядовые граждане выиграют какие-нибудь, может быть, сотни или максимум тысячи рублей, а так называемые олигархи выиграют миллионы и миллиарды долларов.

Вся эта информация, на наш взгляд, была бы нелишней для создания всестороннего отчета о рассмотрении законопроекта, однако она осталась «за кадром».

В результате устанавливается прямая связь между фракцией «Единая Россия» и позитивными изменениями в законодательстве:

Депутаты Госдумы вчера избавили россиян от налога на наследование и признали права ближайших родственников... делать друг другу подарки, не делясь процентами от их стоимости с государством. <...> Единороссы, можно сказать, «продавили» закон, отменяющий эти налоги, своей массой. Правительство сопротивлялось до последнего...

Так, умалчивая о других фракциях, журналист формирует положительный образ «Единой России». Причем последняя представлена в образе почти оппозиционной фракции, которая «продавливает» решения, преодолевая сопротивление правительства. Таким образом, на фоне «плохого» правительства, не желающего облегчать налоговое бремя, парламентское большинство выглядит подчеркнуто позитивно.

Впрочем, как уже было отмечено, материал состоит из двух частей. Мы охарактеризовали вторую. А первая посвящена необычным инициативам депутатов, описывая которые, журналист активно использует иронию и юмор:

Вчера депутат Сергей Иванов (ЛДПР) предложил наградить главу РАО «ЕЭС России» Анатолия Чубайса почетной грамотой Государственной думы в связи с его пятидесятилетием. А его коллега Алексей Митрофанов призвал Думу поучаствовать в судьбе осужденного Ходорковского и посоветовать компетентным органам опрелелить Ходорковского для отбывания наказания не в обычную колонию, а на необитаемый остров. <...>

Чем ближе окончание весенней сессии Госдумы, тем экзотичнее идеи, что овладевают депутатскими головами. То народные избранные вдруг вспомнят, что у нас в больших начальниках ходят сплошь мужчины, и потребуют: отдайте женщинам Россию, они порядок наведут. Впрочем, тут же согласятся на меньшее — всего лишь на пост вице-премьера по социальным вопросам, который, по мнению Алевтины Апариной (фракция КПрФ), следует вернуть

в правительство. И назначить на него умную, понимающую, опытную женщину. <...>

Фракция ЛДПР в части экзотического законотворчества продвинулась даже дальше депутата «Родины» Александра Чуева, известного своими проектами по борьбе с абортными и попытками законодательного урегулирования пересадки человеческих органов. Тому же Алексею Митрофанову принадлежит инициатива выбирать президента России не всенародно, а группой избранных, то есть самими депутатами Госдумы. Предложенные им поправки в Конституцию, правда, на днях были отвергнуты парламентским большинством. Однако кто знает? Ведь и обращенный к думцам призыв Митрофанова встать на защиту «великого певца Майкла Джексона», которого не любит Буш, и пригласить Джексона на постоянное жительство в Россию тоже на прошлой неделе был встречен смешками и ироничными репликами. А присяжные в американском суде как будто услышали Митрофанова и оправдали певца по всем статьям, хотя и сами не могут понять почему.

В этой части журналист сообщает об инициативах представителей всех фракций, кроме единороссов. Вероятно, на то есть объективные причины: представители парламентского большинства редко выступают с подобными «экзотическими» инициативами. Но, сопоставив содержание обеих частей текста, читатель невольно противопоставляет оппозиционные фракции, занимающиеся непонятно чем и превращающие Думу в цирк, конструктивно настроенному парламентскому большинству. Такого эффекта можно было бы избежать, разделив текст и представив его в виде двух самостоятельных материалов. В одном — повествование об «экзотических» инициативах депутатов (об этом, безусловно, не следует умалчивать). В другом — информация о принятом законопроекте и его обсуждении (хотя упомянуть о том, как голосовали представители оппозиционных фракций, следовало бы и в этом случае).

Посмотрим, как представлена информация об этом же заседании Госдумы в другом журналистском материале. Текст Натальи Калининой опубликован 16 июня 2005 г. в «Новых Известиях» под заголовком «Борцы с “апартеидом”» (подзаголовок: *Депутаты встретили реформу образования в штыхы*). Внимание автора, так же как и в предыдущем примере, привлекли две темы: уже упоми-

навшиеся «экзотические» парламентские инициативы (*Начало утреннего заседания Госдумы прошло в жанре юмористической программы «Аншлаг»* — говорится уже в первых строках текста) и «правительственный час», посвященный проблемам и перспективам развития системы образования.

В первой части текста журналист рассказывает о предложениях депутатов от ЛДПР:

Сначала депутат Сергей Иванов предложил наградить главу РАО ЭЭС Анатолия Чубайса почетной грамотой Государственной думы за активный вклад в работу парламента. «Если бы не Чубайс, то некоторым в зале просто нечего было бы обсуждать», — объяснил свою идею парламентарий. Выступивший следом Алексей Митрофанов предложил сослать Ходорковского и Лебедева на необитаемый остров. <...> Инициатива еще одного элдэпээровца Олега Малышкина вообще сильно смахивала на бред. «У меня в деревне бабка снимает порчу, давайте я ее приглашу, — неожиданно предложил депутатам экс-охранник Жириновского. — А то у Рогозина бесы какие-то появляются, то драконы, то у нас какое-то теневое правительство появляется. А сегодня ночью я вышел на балкон, там ворона сидит и человеческим голосом говорит. Надо что-то делать, ворон пострелять или что-то еще».

Перечисленные инициативы выглядят особенно контрастно на фоне спокойной, действительно парламентской, реакции председательствующего на заседании:

Спикер Госдумы Борис Грызлов выслушал дикие идеи парламентариев совершенно невозмутимо, на его лице не дрогнул ни один мускул. Председатель парламента пообещал рассмотреть все предложения коллег.

Итак, «дикие идеи» депутатов от ЛДПР противопоставлены выдержке Бориса Грызлова, который представлен в тексте не как руководитель фракции «Единая Россия», а как председатель Государственной думы, что позволяет избежать столкновения двух политических сил (в противном случае одна фракция воспринималась бы подчеркнуто положительно на фоне другой).

Далее повествуется о «правительственном часе», в рамках которого прозвучал доклад министра образования Андрея Фурсенко.

Упоминание партийной (фракционной) принадлежности встречается здесь один раз:

Депутаты встретили инициативы министра в штыки, сочтя, что они, вопреки заявлениям чиновника, серьезно ограничат доступность образования. Например, вводимые дополнительные образовательные коммерческие услуги или же переход на двухуровневую систему, одна из которых, вероятнее всего, будет платной. Депутаты не стеснялись в выражениях. Так, *представитель КПрФ Олег Смолин* предлагаемую систему образования назвал системой образовательного апартеида, при которой ущемляются права выпускников из необеспеченных семей. «Именно при вашем министерстве студенты стали бросать яйца в чиновников-министров, а академики впервые за 300 лет свистят», — заметил он.

Выделенное нами определение позволяет идентифицировать Олега Смолина как члена КПрФ, т. е. журналист приводит мнение представителя лишь одной политической силы, представленной в Думе. Однако это мнение не противопоставлено позиции представителей других фракций. Напротив, оно призвано проиллюстрировать настроение всех депутатов (автор предварительно сообщает, что *депутаты встретили инициативы министра в штыки и не стеснялись в выражениях*, а затем приводит мнение Олега Смолина в качестве иллюстрации к сказанному).

Таким образом, материал Натальи Калининой композиционно и содержательно коррелирует с рассмотренным ранее материалом Тамары Шкель, однако в тексте «Борцы с “апартеидом”» нет противопоставления конструктивно настроенной фракции парламентского большинства и деструктивно настроенной оппозиции.

Итак, проведенное нами исследование показало, что российские СМИ уделяют достаточное внимание освещению деятельности Государственной думы. Эта деятельность оценивается по-разному — как положительно, так и отрицательно. Критических материалов достаточно много, что представляется вполне естественным в государстве, декларирующем свободу слова и убеждений. При этом мы не обнаружили преобладания материалов, направленных на создание устойчивой отрицательной оценки самого института парламентаризма (отдельные мнения о необходимости упразднить Гос-

думу и парламент вообще представлены в СМИ, но число таких суждений крайне невелико).

Однако в некоторых материалах наблюдается тенденциозный отбор информации. Освещая деятельность парламента, журналисты отдают предпочтение информации о деятельности большинства, тем самым дискриминируя оппозиционные фракции. Освещая деятельность оппозиции, журналисты отдают предпочтение негативной информации, замалчивая позитивно воспринимаемые сведения, причем при освещении деятельности правящей фракции наблюдается противоположный подход. Правда, подобная тенденциозность, как показывает наш материал, не носит системного характера.

В итоге сегодня только реципиент, потребляющий продукт нескольких СМИ, имеет возможность составить адекватное представление о деятельности Госдумы в целом, ее парламентского большинства и оппозиции. Активные потребители информации могут получить максимально объективные данные о деятельности Думы посредством Интернета: на официальном сайте Думы представлены стенограммы всех пленарных заседаний нижней палаты и другие сведения, способствующие формированию адекватного образа Госдумы, фракций и депутатов. Словом, аудитории СМИ можно дать совет, аналогичный тому, что дают финансисты гражданам, имеющим сбережения: диверсификация источников информации поможет избежать негативных последствий, связанных с формированием неадекватного образа Думы, думских фракций и политических партий, а также отдельных парламентариев.

3.2. Функционирование социальных стереотипов «богатый» и «бедный» в прессе

Стереотипные представления и соответствующие им нормы поведения формируются в значительной степени средствами массовой информации. «В последнее время достаточно настойчиво и аргументированно говорится о так называемом “навязывании”

средствами массовой информации той или иной точки зрения общественной аудитории»¹. Опасность для общества в целом и для отдельного индивида может представлять неточная, тенденциозная подача информации, недостаточность информации, в том числе распространение негативных социальных стереотипов в текстах СМИ.

В социологических словарях и энциклопедиях даются определения социальных, гендерных, политических стереотипов, которые являются разновидностями стереотипа как такового. «Стереотип социальный (от греч. *στερεός* — твердый и *τύπος* — отпечаток) — стандартизированный, устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно определенный образ, представление о социальном объекте. ... Социальный стереотип — образ, полярный по знаку оценки, жестко фиксированный, не допускающий малейшего сомнения в его истинности, побуждающий к строго однозначному действию. Свойства стереотипа широко используются в практике средств массовой информации, в искусстве»².

Стереотип соотносится с обыденной картиной мира, является отражением обыденного сознания. Основные свойства стереотипа: устойчивость, повторяемость, упрощенность, обобщенность, схематизированность, неточность, образность, эмоциональность, оценочность.

По определению Ю. Е. Прохорова, в основе стереотипизации содержания и структуры общения лежит, с одной стороны, реальная потребность упорядочения, упрощения организации общения в стандартных для деятельности данного этноса, класса, социальной группы условиях, а с другой — потребность самосознания, самоидентификации представителей определенной культуры и выработки восприятия явлений другой культуры³. Стереотипы выступают средством социализации индивида, его социальной идентификации.

¹ Михайлова О. А., Старикова К. К проблеме формирования стереотипа в массовом сознании // Науч. тр. профессоров Урал. ин-та экономики, управления и права. Екатеринбург, 2006. С. 51.

² Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г. В. Осипова. М., 1999. С. 538.

³ См.: Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1997. С. 67.

Социальная идентификация понимается как «самоопределение индивидов в социально-групповом пространстве относительно общности “своих” и “не своих”»⁴. Зигмунд Бауман в работе «Мыслить социологически» пишет о стереотипном разделении на «мы» и «они» («своих» и «чужих») в сознании представителей разных культур. «“Мы” — группа, к которой я принадлежу. Я хорошо понимаю, что происходит внутри группы, и поскольку я это понимаю, я знаю, как мне действовать дальше, чувствую себя уверенно, как дома. <...> “Они”, напротив, — это та группа, к которой я не могу или не хочу принадлежать. Мое представление о происходящем в ней весьма смутно... поэтому ее действия для меня большей частью непредсказуемы и отпугивают. Я склонен думать, что “они” отплатят мне за мое недоверие и опаску той же монетой»⁵. Установить свою тождественность, сформировать чувство преданности своей группе нередко помогает образ врага. Таким образом, каждая группа получает соответствующие характеристики и особую эмоциональную окраску. Образ врага рисуется в темных, мрачных и пугающих тонах, в то время как образ своей группы — приятный, вызывающий симпатию и сочувствие. «Противостояние (оппозиция) — прежде всего орудие, используемое мною для того, чтобы очертить мой мир»⁶. При выстраивании оппозиции между группами наблюдается высокая степень обобщения, «мы»-группа и «они»-группа рассматриваются как некие единства, которым приписываются неотчуждаемые признаки, а члены группы не рассматриваются индивидуально⁷. Средством такого обобщения становятся прежде всего стереотипы.

Стереотипы, с одной стороны, облегчают коммуникацию, обеспечивают слаженность механизмов обратной связи, способствуют установлению мировоззренческой гармонии между субъектами

⁴ Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы... С. 71

⁵ Бауман З. Мыслить социологически : пер. с англ. / под ред. А. Ф. Филиппова. М., 1996. С. 46—47.

⁶ Там же.

⁷ См.: Енина Л. В., Чепкина Э. В. «Свои» и «чужие» в газетных текстах // «Другой» в пространстве коммуникации : сб. науч. ст. / сост. и ред. С. К. Шайхитдинова. Казань, 2007.

внутри группы «своих». С другой стороны, социальные, национальные, расовые, профессиональные, идеологические стереотипы в процессе общения могут выполнять дисгармонизирующую функцию, приводить к интолерантной коммуникации. Как пишет польский исследователь Е. Бартминьский, «стереотипные высказывания, например, оперирующие образом внешнего врага («они», «те»), с одной стороны, объединяют группу, а с другой — выстраивают коммуникативный барьер, отделяющий группу от окружения»⁸. В связи с такими существенными свойствами стереотипа, как оценочность и упрощенность, стереотипизация может привести к возникновению предубеждений, предрассудков, стандартных мнений, «расхожих истин» на основе негативного опыта межгруппового взаимодействия и/или к упрощению процесса познания «чужого», «другого», не способствующему точности построения представления об этом «чужом», «другом»⁹. В психологии предрассудок рассматривается как стереотипное представление о личности, группе, общности, которое «выражает, формирует и поддерживает циничное, враждебное и/или фобическое отношение к какой-либо группе, общности... выполняет функцию ценностно-экспрессивную (эгозащитную), давая носителям предрассудка ложное чувство превосходства над тем, кто представляется менее достойным»¹⁰.

Оппозиция «свой — чужой» может трансформироваться в оппозицию «свой — другой», которая свидетельствует о коммуникативной гибкости личности и приводит к более успешному освоению другой культуры.

В речи стереотипы как единицы сознания могут быть выражены устойчивыми сочетаниями, формульными высказываниями и свободными сочетаниями и высказываниями, не получившими

⁸ Бартминьский Е. Стереотип как предмет лингвистики // Языковой образ мира : очерки по этнолингвистике : пер. с пол. М., 2005. С. 143.

⁹ См., например: *Вепрева И. Т.* Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург, 2002. С. 206; *Хотинец В. Ю.* О возможности отражения в этнических стереотипах типичных черт этнического характера // Идентичность и толерантность. М., 2002. С. 267.

¹⁰ Большой психологический словарь / под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. СПб.; М., 2004. С. 369.

стандартное оформление, но выражающими общий стереотипный взгляд на ситуацию.

Мы будем понимать стереотип как упрощенное, схематизированное представление об объекте действительности, принадлежащее коллективному знанию о мире и объективированное в языке и речи.

Анализируя этностереотипы, Л. П. Крысин предлагает использовать для их изучения два связанных друг с другом подхода: 1) «важно понять, какие сферы жизни того или иного народа, личностные свойства людей, составляющих его, их интеллектуальные, психические, антропологические особенности становятся объектами оценки»¹¹; 2) «необходимо выделить языковые единицы — слова, фразеологизмы, синтаксические конструкции, которые можно интерпретировать как средства обозначения этнических стереотипов»¹². Мы используем сходный порядок анализа социальных стереотипов.

Рассмотрим функционирование социальных стереотипов в газетных текстах на примере стереотипных представлений о богатых и бедных. Пресса нередко транслирует данные стереотипные представления, в основе которых лежат прототипические схемы, включающие следующие типовые, повторяющиеся участки: 1) субъекты-носители признаков «богатый/бедный», 2) объекты обладания, 3) пространственно-временная прикреплённость признаков «богатый/бедный», 4) степень проявления признаков и 5) способ обладания (обретение или утрата объектов обладания). Обобщение участков схемы позволяет реконструировать стереотипное представление о стиле жизни «богатых» и «бедных» — типичных способах времяпрепровождения, способах получения дохода, выборе и устройстве места жительства, выборе одежды и продуктов питания, культурно-ценностных предпочтениях. Последовательно рассмотрим конкретное речевое наполнение участков схемы в газетных текстах.

¹¹ Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / отв. ред. Н. А. Купина, М. Б. Хомяков. М., 2005. С. 451.

¹² Там же. С. 452

Номинации субъектов-носителей признаков «бедный» и «богатый» в газетных текстах складываются в парадигматические ряды.

Можно выделить комплекс номинаций субъектов-носителей признака «богатый» по роду деятельности, который включает малые парадигмы номинаций, объединенных следующими смыслами:

1) «предприниматель»: *предприниматель, бизнесмен, представитель бизнеса, коммерсант, олигарх;*

2) «представитель власти»: *президент, чиновник, депутат, мэр, представитель власти, власть имущий, сенатор, законодатель, парламентарий. (Самые богатые депутаты и сенаторы мира живут в России. Россия вышла на первое место в мире по числу парламентариев-миллиардеров. Вместе наши богатейшие сенаторы и депутаты владеют \$ 41 миллиардом);*

3) «управляющий сотрудник»: *директор, топ-менеджер, начальник, босс;*

4) «лицо, занятое в сфере нефтяной промышленности»: *нефтяник, нефтяной магнат, нефтяной король, нефтяной барон;*

5) «лицо, занятое в сфере юриспруденции»: *юрист, адвокат, слуга закона.*

Члены парадигматических рядов являются видовыми номинациями «богатых» и в речи устойчиво получают смысловое приращение «получающий большие доходы». Именно данные группы лиц стереотипно относятся к богатым.

В газетных текстах выделяются четыре основные парадигмы номинаций субъектов-носителей признака «бедный», объединенных следующими смыслами:

1) «лицо по профессии, находящееся на государственном финансировании»; опорная номинация — «бюджетник», т. е. «работник учреждения, находящегося на бюджетном финансировании»¹³, конкретизируется видовыми обозначениями: *ученый, преподаватель, учитель, врач, медсестра, санитарка, дворник, уборщица, военнослужащий (Мотив вроде бы благородный, направленный*

¹³ Толковый словарь русского языка начала XXI века / под ред. Г. Н. Складневской. СПб., 2006. С. 165.

на повышение *нищенской* зарплаты врачей. — Рос. газ., 2002, 22 марта). Особенность текущего момента заключается в том, что субъектом-носителем признака «бедный» считается работающий человек — *учитель, врач, рабочий* и др. Интересно, что *чиновники* — это тоже работники бюджетной сферы, однако они не воспринимаются как бедные;

2) «лицо, находящееся на государственном социальном обеспечении, получающее пенсию/пособие»: *пенсионер, ветеран войны, ветеран труда, инвалид, безработный* (Основная масса бедных в России — это... *пенсионеры*. — Рос. газ., 2007, 16 янв.);

3) по возрасту — «пожилой человек»: *старшее поколение, пожилые люди, пожилые граждане, старики, бабушка, дедушка* (Низкий размер пенсий не способствует повышению покупательной способности пожилых граждан. — Рос. газ., 2007, 14 авг.);

4) состав семьи «бедных» — «член неполной и/или многодетной семьи»: *неполная семья, многодетная семья, мать-одиночка, сирота*.

Отмеченные слова и словосочетания регулярно получают в речи семантическое приращение «живущий на небольшую зарплату/пенсию/пособие».

Стереотипные представления о «богатых» и «бедных» в газетных текстах представлены номинациями объектов обладания, которые также могут быть объединены в парадигмы. Обозначим парадигмы номинаций объектов обладания, вербализующие стереотипные представления о богатых, объединенных следующими смыслами:

1) «изысканная пища и напитки»: *мясо, красная икра, французское вино, спаржа, деликатесы, лягушки, омары, лангусты, филе крокодила* и др. (Открытый в далеком уже 1995 году магазин с самого начала позиционировал себя как заведение для обеспеченных нижегородцев. Там и только там можно было купить свежемороженых лягушек, лангустов, омаров и даже филе настоящего крокодила. Понятно, что абсолютному большинству нижегородцев, особенно в те времена, подобные деликатесы были не по карману. — Рос. газ., 2007, 7 июня);

2) «дорогая, качественная одежда»: *платье от Юдашкина* (Гуччи, Армани и др.), *белый костюм, дорогой костюм, норковая шуба, норковое манто, меха, соболя, шинишлла* и др.;

3) «дорогое жилье»: *коттедж, особняк, хоромы, вилла, дворец, квартира в Москве* и др.;

4) «дорогие личные транспортные средства»: *иномарка, Mercedes, Porsche, Bentley* (Бентли), *Maybach* (Майбах), *Ferrari*, *яхта, личный самолет, вертолет* и др.;

5) «драгоценности»: *драгоценности, бриллиант, золото, бриллиантовое кольцо, золотые часы* и др.

Прострастенно-временная прикрепленность признаков «богатый/бедный» конкретизирует оппозицию «богатые — бедные» с помощью геополитических и темпоральных приращений. Стереотипное представление о богатых и бедных связано со стереотипным представлением о провинции и столице. К «бедным» традиционно причисляются жители регионов, сел, маленьких городов. К «боатым» — население Москвы и Санкт-Петербурга. Особо ярко этот контраст представлен на страницах районной прессы. Согласно стереотипным представлениям, столица (центр) предстает «обеспеченной, заживевшей», презревшей духовные ценности в угоду ценностям материальным; провинция — сохранившей высокие нравственные ценности вопреки бедности, нецивилизованности¹⁴ (*Перманентно жидреет Москва, так как фирмы, выкачивающие миллиарды из российских недр, зарегистрированы в столице, где и оседают громадные налоги. А территории, из которых они высасывают свои миллиарды, никто не развивает. А знаете, чем притягивает к себе Магнитка? — Людми. Жизнерадостными, любопытными, искренними, доброжелательными. — Магнитогор. рабочий, 2007, 13 янв.*). Коллективно-собирагельный субъект-носитель признака «богатый» (*фирмы, Москва, столица*) получает негативную характеристику с помощью экспрессивной оценочной единицы *жидреет*. Богатство материальное резко противопостав-

¹⁴ См. об этом: Енина Л. В. Оппозиция «провинция — столица» в журналистском тексте // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. С. 221—232.

лено богатству духовному, которое присуще «своим», местным жителям (*жизнерадостным, любопытным, искренним, доброжелательным*).

Стереотипные представления о богатых и бедных включают темпоральные ограничители, которые сопровождаются этической оценкой (*Они [люди] тогда [при советской власти] были более духовными, душевными, открытыми, бескорыстными и даже внутренне более свободными и богатыми, чем теперь. Теперь они думают только о деньгах.* — Рос. газ., 2005, 22 февр.). Богатство, основанное на алчности и отказе от духовных ценностей, мыслится как примета нового (постсоветского) времени. Временная характеристика дается с помощью наречных образований *тогда, раньше — теперь, сегодня*, получающих в контексте оценочную добавку.

Приведем пример микротекста, в котором конкретизируются почти все типовые участки стереотипной схемы: *В былые времена директора крупных предприятий очень дорожили служебной «Волгой», ведомственной дачей и трехкомнатной квартирой в панельной многоэтажке. Многим управленцам тогда и не снился тот золотой дождь, который прольется на них после 1992 года* (Рос. газ., 2001, 15 нояб.). Субъект-носитель богатства — *директора крупных предприятий*. Объекты обладания — *«Волга», дача, трехкомнатная квартира*. Темпоральная характеристика — *прошедшее время (в былые времена, тогда)*. Степень богатства — *средняя*, на что косвенно указывает метафора *золотой дождь*, обозначающая высокую степень богатства в реально проживаемом настоящем времени (в наши дни).

Рассмотрим еще пример: *Ну а уж если он покупает «Майбах» за 580 тысяч, а потом для полного счастья заказывает дорогой тюнинг этого автомобиля, золотом и бриллиантами на кожаных сиденьях выписывает свои инициалы, то мы просто должны помочь такому человеку отдать часть своих денег бедным людям* (Известия, 2007, 20 апр.). Номинации объектов обладания, вербализующие стереотипные представления о стиле жизни «сверхбогатых», сопровождаются характеристикой материальной ценности объектов в денежном выражении; реализуется культурная установка «деньги богатых надо отдавать бедным», т. е. в подтексте угады-

вается призыв к агрессивному социальному взаимодействию.

При описании типовых поступков «богатых» наиболее частотными являются высказывания о том, какими способами богатство приобретено. Вариативное наполнение получает типовой участок стереотипной схемы — способ обретения объектов обладания, где можно выделить два пути: 1) собственным тяжелым трудом (*Люблю жить красиво. Но не до такой степени, чтобы транжирить заработанное. Эти деньги мне очень тяжело дались.* — Рос. газ., 2002, 15 марта) и 2) за чужой счет. Большое число газетных публикаций фиксирует стереотипное представление о богатстве «за чужой счет», реализуемое в утверждении «богатый человек живет за счет чужого труда». Часто такое противопоставление реализуется в границах оппозиции «виновник — жертва» при описании несправедливого, враждебного отношения богатых (как правило, представителей власти) к бедным (*А что касается разбогатевших российских чиновников, честно сказать, я бы их наполюину сократил. Они сегодня как пиявки — просто пожирают народ.* — Рос. газ., 2001, 11 окт.).

Чиновники, т. е. «служащие государственного аппарата, какого-либо ведомства»¹⁵, мыслятся как люди, нажившие богатство несправедливым путем (*В зависимости от масштаба сделки современный Акакий Акакиевич может купить авто, построить дачу или квартиру, а при особо крупной афере разом обеспечить себя на всю жизнь. Однако это лишь самая невинная часть айсберга лихоимства. Коррупция на «высшем уровне» позволяет проводить финансовые аферы, которые наносят стране ущерб, ставящий под угрозу национальную безопасность.* — Аргументы и факты (далее АиФ), 2002, 23 мая). Современному чиновнику приписываются негативно оцениваемые действия, «обогащение нечестным путем» (*коррупция, аферы*), при этом отрицательная утилитарная оценка передается в данном контексте с помощью экспрессивно-оценочной единицы (*лихоимство*) и усиливается благодаря прецедентной аналогии (*Акакий Акакиевич*). Отсылка к гоголевскому тексту показывает, что в наши дни даже мелкий чиновник может разбогатеть.

¹⁵ См.: Толковый словарь русского языка начала XXI века. С. 1071.

Для негативной характеристики действий «богатых представителей власти» используются прямые номинации (*воровство, коррупция, взяточничество, махинации*) и образно-оценочные (*криминальная кормушка* (перен., разг. неодобр. — в словаре Ожегова, Шведовой), *бесплатная кормушка для власти, чиновничий беспредел* (разг.)).

Соответственно среди типовых источников дохода богатых (или «способов обретения объектов обладания») постоянно называются *взятки, коррупция, воровство, мошенничество*. Типовые источники дохода бедных — *зарплата, пенсия, пособие*.

К типовым поступкам бедных стереотипно относятся реакции на несправедливое распределение богатства — протестные действия. Для номинации этого явления используются прямые лексемы (*акция протеста, забастовка, голодовка, митинг, пикет, взбунтоваться, бастовать*) и описательные обороты (*отказываться учить, выйти на улицы, стучать касками*). Как правило, субъекты протестных действий — это бюджетники: *врачи, учителя, пенсионеры, шахтеры, а также транспортники, рабочие неприватизированных предприятий и др.: Ситуация с оплатой труда бюджетников во многих регионах остается по-прежнему очень напряженной, а потому совсем не исключено, что все чаще бедствующие учителя станут отказываться учить наших детей, врачи — принимать больных, а работники коммунальных служб — чистить дворы и улицы* (Рос. газ., 2002, 12 марта); *Итак, голодавшие около месяца пенсионерки — бывшие работницы Киреевской слюдяной фабрики — сполна получают заслуженные ими пенсии* (Рос. газ., 2002, 2 марта); *Зарплату заплатить полностью не смогли ни в январе, ни в феврале, ни в марте, и водители взбунтовались...* (Рос. газ., 2002, 12 марта). В основном причиной протестных действий является невыплата зарплаты, бедственное положение людей ввиду низкой оплаты труда. Реализуется представление о несправедливости власти имущих, стереотипное утверждение «власть незаконно лишает бедных оплаты труда»; тиражируемый стандарт поведения «бедных» в такой ситуации — забастовка как способ борьбы, «способ обретения объектов обладания».

Анализ газетного материала показал, что часто предлагается решать проблему бедности властям, государству; отсутствуют ва-

рианты личностного решения проблемы изнутри, самими бедными: *Реальная угроза забастовок подстегнет и директоров предприятия, и местные власти начнут искать источники финансирования...* (Рос. газ., 2002, 12 марта); *Если врачи вынуждены идти на крайнюю меру, то, считай, виновата в этом только власть. Я считаю, в таких ситуациях надо деньги чиновников отдавать забастовщикам* (Рос. газ., 2002, 19 марта). В последнем высказывании реализуется стереотипное утверждение о том, что богатые должны делиться с бедными. Субъектами, которые должны решать проблему бедности, выступают чиновники, директора предприятий, местные власти, власть. Часто реализуется стереотипное суждение о том, что бедным необходимо помогать, которое является константой русского менталитета.

В стереотипе «богатый человек» закреплены негативные свойства, присущие «богатым». Последние, согласно стереотипным представлениям, характеризуются алчностью (устойчивое сочетание *жажда наживы*), стремятся к получению прибыли любой ценой, используют нечестные методы обогащения (слова с корнем *-вор-*, *нечестный* и т. п.). Богатым, как правило, дается отрицательная оценка.

Одним из принципов русской культуры является принцип аморальности богатства. Это подтверждается контекстами: *Если человек покупает 30 соток земли за 3,5 миллиона долларов, то я позволю себе предположить, что он нечестен. Думаю, что большая часть денег, которая уворована у нашего государства, находится именно в этих хоромы на Рублево-Успенском, Новорижском шоссе...* (АиФ, 2006, 22 марта). В текстовом фрагменте используется распространенное стереотипное суждение, что богатый человек живет за счет чужого труда, труда народа. Богатые не называются прямо, но на уровень обеспечения субъектов указывают индексы уровня жизни богатых: *хоромы, миллионы долларов*. Пространственные указатели *Рублево-Успенское, Новорижское шоссе* — локусы обитания «людей, обогатившихся нечестным путем».

Анализ материала показал, что стереотипные представления о стиле жизни богатых отражаются в следующих типовых утверждениях: богатство добывают за счет чужого труда; богатые стре-

мятся к получению прибыли любой ценой, используют нечестные способы обогащения; богатые ведут праздный образ жизни; богатых отличает духовная бедность. Стереотипные представления о стиле жизни бедных — в утверждениях типа: бедные честно трудятся; бедные получают небольшую зарплату/пенсию; бедные не имеют необходимого, пользуются общественным транспортом, болеют туберкулезом, чесоткой, педикулезом; бедные терпят унижения; бедные сохраняют культурно-нравственные ценности вопреки тяжелым условиям жизни; бедные в своем положении не виноваты, в их положении виноваты богатые, власть имущие; бедность заставляет людей участвовать в акциях протеста.

В последнее время наблюдается тенденция развития наведенных социокультурным контекстом смыслов, расширяющих и меняющих стандартные представления о богатых и бедных (*...Не все считают их [богатых, миллиардеров] кровопийцами и грабителями народного достояния. Для кого-то быть богатым вовсе не позорно...* — Рос. газ., 2005, 12 апр.). В данном текстовом фрагменте осуществляется попытка сопоставления разных точек зрения и смягчения негативной оценки. Последнее отражает тенденцию, в соответствии с которой негативная этическая оценка богатых подвергается активному переосмыслению, рефлексии (*И бедностью, и богатством в России прекрасно умеют стыдиться или гордиться: и то, и другое выглядит неприглядно. Мы еще не очень привыкли к тому, что достаток, как и бедность, могут быть честными, и воспринимать их следует прежде всего спокойно.* — Известия, 2007, 22 авг.; ср.: *На Западе считается, что чем большего благополучия человек достигает в этой жизни, тем более он угоден Богу. В России все наоборот: если богат — значит, вор, проходимец. Как же с таким отношением ВВП удвоить?* — АиФ, 2007, 07 марта). Подобные высказывания свидетельствуют о динамике исследуемых стереотипов и формировании в общественном сознании участков сильного напряжения, приводящего к рефлексии по поводу актуальных слов и понятий.

Обратим внимание на ставшие частотными сочетания: *социальная ответственность бизнеса, благотворительная деятельность*. Субъект благотворительной деятельности — богатый, бизнесмен. Как уже отмечалось, в газетных текстах регулярно реализуется

стереотипное суждение, что богатством надо делиться, в рамках стереотипного представления о «несправедливости распределения богатства». Протестная деятельность «бедных» и благотворительная деятельность «богатых» направлены на достижение одной цели — распределение материальных благ. Благотворительность рассматривается как способ ослабления конфликтной ситуации, она позволяет связать в общественном сознании материальное богатство с богатством духовным. Констатация фактов благотворительности способствует возникновению механизмов толерантного отношения к богатым — как к «другим», но не «чужим».

Разрыв между богатыми и бедными сокращается и с помощью формирующихся представлений о среднем классе. С одной стороны, в последнее время активно стали использоваться клишированные устойчивые сочетания, обозначающие резкое разделение общества на богатых и бедных (*пропасть между богатыми и бедными, разрыв между богатыми и бедными, контраст между богатыми и бедными*), которые, как правило, сопровождаются оценочными интенсификаторами (*чудовищный, огромный, катастрофический* и др.). С другой стороны, градуальность представлений о субъекте и объекте обладания формирует представление о среднем классе. Попытка выделить на основании опыта «жизненные стандарты», соотнести их с качеством жизни богатых, бедных и представителей среднего класса, регулярное употребление единиц «качество жизни», «стандарт жизни», «средний уровень жизни» позволяют сделать вывод о наличии прагматических оснований для формирования пока не сложившегося нового стереотипа среднего класса. Дихотомия «богатый — бедный» сохраняется, однако частотность номинации «средний класс» позволяет констатировать тенденцию к редукции дихотомии. Приведем в качестве примера фрагмент интервью корреспондента журнала «Шпигель» с А. И. Солженицыным, опубликованного газетой «Известия»:

К о р р.: Несмотря на высокие объемы выручки от экспорта нефти и газа и на формирование *среднего класса*, социальные контрасты между бедными и богатыми в России остаются огромными. Что можно сделать, чтобы исправить положение?

С о л ж е н и ц ы н: Считаю разрыв между бедными и богатыми в России *опаснейшим явлением*, требующим неотложного внима-

ния государства. Но, хотя многие баснословные состояния были созданы в ельцинский период *бессовестным грабительством*, сегодня единственный разумный способ исправления ситуации — это не разрушать крупные предприятия, которыми, надо признать, нынешние владельцы *стараятся управлять более эффективно*, а дать возможность дышать *средним и мелким* (Известия, 2007, 24 июля).

Отрицательная этическая оценка способа приобретения богатства (*бессовестное грабительство*) подается в диалогическом соотношении с позитивной утилитарной оценкой действий богатых (*стараятся управлять более эффективно*). Фиксируется наделяемый положительной оценкой появившийся в реальной действительности «субъект обладания имуществом» — средний класс, средний и мелкий бизнес. В укреплении, развитии среднего класса видится перспективный способ разрешения непримиримой оппозиции.

Важно, что современная пресса обнаруживает тенденцию к представлению разных мировоззренческих позиций, что свидетельствует о реализации прессой функции предоставления площадки для общественного диалога и способствует преодолению интеллектуальной редукции, упрощения ценностных установок.

Противоположная тенденция — сохранение и воспроизведение стереотипов о пропасти между богатыми и бедными, несправедности богатства, увязывание положительных духовных качеств лишь с бедностью — является, на наш взгляд, дестабилизирующим фактором с точки зрения информационной безопасности.

3.3. Негативный стереотип «неполная семья» в текстах СМИ

Понятие «неполная семья», выражающее противопоставление нуклеарной семейной единице (мать — отец — ребенок/дети) «как полной, нормальной, завершенной композиции семейной структуры», широко используется в лексиконе российских чиновников, социальных работников, учителей, журналистов. Неполнота здесь ассоциируется с отклонением от нормы, ущербностью,

низким социальным статусом¹. По всей видимости, мы имеем дело с негативным стереотипом. Стереотип — это не просто мнение об объекте, это отражение, пусть в трансформированном виде, присущих ему свойств. Вместе с тем стереотипы часто выполняют негативную роль, когда используются в процессе межличностной коммуникации при недостатке информации о конкретном партнере по общению², особенно если сам стереотип негативный³. Распространение негативного стереотипа через СМИ нарушает требование информационной безопасности, так как противоречит условиям предоставления полной, достоверной информации, препятствует удовлетворению потребностей в личностной и социальной интеграции людей, попавших под его действие.

В нашу задачу не входит установление того, насколько негативный стереотип неполной семьи, получивший распространение в СМИ, искажает истинное положение дел. Мы рассматриваем в первую очередь языковые способы его создания. Вместе с тем для полноты картины имеет смысл, на наш взгляд, обратиться к данным социологической науки и коротко охарактеризовать ее взгляд на неполную семью.

Демографы отмечают, что «в результате изменения брачного и репродуктивного поведения одинокое родительство становится все более распространенной формой российской семьи»⁴, называют цифры: «За 10 лет между последними двумя переписями число таких семей в России выросло с 4,6 млн до 5,3 млн»⁵, ищут нейтральные обозначения явления: «монородительская семья», «одиночное родительство» (преобладающая разновидность — «материнская

¹ См.: *Ярская-Смирнова Е. Р., Романов П. В.* Социальная защищенность городской монородительской семьи // *Мир России*. 2004. № 2. С. 66.

² *Стефаненко Т.* Социальный стереотип. URL: <http://www.krugosvet.ru/articles/123/1012384/1012384a2.htm>.

³ Позитивные стереотипы тоже могут играть в общении отрицательную роль, если партнер по коммуникации не оправдывает сформированных стереотипом положительных ожиданий (см. об этом: *Стефаненко Т.* Цит. соч.).

⁴ *Ярская-Смирнова Е. Р., Романов П. В.* Указ. ст. С. 66.

⁵ *Валков А. Г., Сороко Е. Л.* Типология семей и домохозяйств в России: развитие и анализ (по данным микропереписи 1994 года) // *Вопр. статистики*. 1999. № 5. С. 49—51. См. также: *Концева О. А.* Международная научно-практическая конференция, посвященная году семьи // *Народонаселение*. 2004. № 2. С. 130.

семья», глава которой — соло-мать). К причинам образования материнских семей относят в основном случаи расторжения брака, овдовения женщин (в 90-е гг. XX в. повысилась смертность мужчин трудоспособного возраста вследствие неестественных причин) или рождения ребенка у одинокой матери. Особенно велика доля семей с одним родителем в городском населении.

По мнению социологов, увеличение количества разводов, а также случаев рождения ребенка вне брака — это проявления кризиса традиционных гендерных ролей в обществе. В сознании россиян до сих пор преобладает патриархатная модель «Мужчина — добытчик, кормилец; женщина — хранительница очага». Такая модель предполагает доминирующую позицию мужчины в социуме, определенную власть над женщиной, которая нуждается в его защите. Однако социальная ситуация изменилась: исчезает деление профессий на мужские и женские, женщины занимают высокие посты во властных структурах (такова мировая тенденция, ее влияние заметно и в России), часто зарабатывают больше, чем мужчина. Гендерная иерархия, существующая в сознании, сталкивается с реальностью, которая постоянно напоминает мужчине об утрате им главенствующей роли как в социуме, так и в семейных отношениях. Если раньше мужчине, для того чтобы пользоваться уважением в обществе, достаточно было обеспечивать семью, а внутрисемейные отношения при этом мало учитывались, то теперь на первый план выходят совсем другие критерии оценки: он должен быть заботливым, нежным, понимать жену, воспитывать детей, общаться с ними, но традиционно воспитанные мужчины этого делать просто не умеют⁶. Из четырех функций семьи — репродуктивной, воспитания детей, хозяйственно-бытовой и восстановления психических и духовных сил ее членов — ведущей в последнее время стала последняя. Не случайно самая распространенная причина развода — «не сошлись характерами»⁷. Мужчины реагируют на кризисную си-

⁶ См.: Кон И. С. Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире // *Alma mater* : вестн. высш. шк. 2001. № 11. С. 35—37.

⁷ См.: Козлова О. Н. Гендерные роли в репродукции социальной жизни // *Социально-гуманитарные знания*. 2004. № 3. С. 106.

туацию по-разному: одни «принимают условия жизни и строят отношения с женщинами на базе партнерства, дружбы, уважения, любви и т. д., не пытаясь восстановить свою гегемонию и власть. Другие же пытаются бороться, что идеологически выражается в сексизме... Согласно этой философии... мужское господство — естественное условие существования общества. И, наконец, третья, вероятно, самая многочисленная категория мужчин, которые просто неуютно себя чувствуют. Они дезорганизованы, растеряны и не знают, на что им можно (а на что нельзя) претендовать»⁸. С другой стороны, женщина, отвоевав у мужчины значительную часть социального пространства, разрушив традиционную гендерную стратификацию, также оказалась в мучительной ситуации отчуждения и почувствовала необходимость выстраивания новых отношений с противоположным полом. В итоге намечаются две тенденции развития полоролевых практик — экстенсивная и интенсивная. Экстенсивная заключается в нарастании взаимного отчуждения, при котором каждый участник полоролевого взаимодействия «честно» и открыто сосредоточен на удовлетворении своих интересов. «Женщина рождает ребенка для себя, поскольку испытывает потребность в материнстве. Мужчина, избавленный от ответственности, превращается в “туриста”, в “визитера”. И для женщины, и для мужчины искусство взаимодействия с противоположным полом превращается в искусство ловкого выворачивания из ситуаций. Партнеры стремятся “выйти сухими из воды”, минимизировав психические, материальные, душевные затраты. В таких отношениях неизбежно в прямой зависимости от затрат минимизируются и поступления — прежде всего эмоциональные, душевные»⁹. Неудовлетворенность нарастающим отчуждением порождает альтернативную тенденцию — стремление к выработке нового гендерного договора, где на первом плане не количество, а качество отношений, которое обеспечивается заботой о партнере, выбранной не под давлением внешних обстоятельств, а как возможность полноценного существования, выражения себя через

⁸ Кон И. С. Меняющиеся мужчины... С. 37.

⁹ Козлова О. Н. Гендерные роли... С. 108.

взаимодействие с другим. Но пока женщина и мужчина «не договорились», пока не сложились новые полоролевые практики, обе тенденции могут вести к появлению очередной семьи с одним родителем: в первом случае женщина рождает ребенка для себя, даже не ожидая от мужчины какой-либо заботы, во втором случае супруги разводятся, поскольку их не устраивает качество отношений.

В то же время поле социологических исследований, предметом которых является семья с одним родителем, «располагается вдоль осей “благосостояние” и “воспитание детей”»¹⁰, т. е. сосредоточено на второй и третьей функциях «ячейки общества», в то время как исследователи гендерного кризиса, напомним, подчеркивают возрастание значимости четвертой функции, связанной с восстановлением психических и духовных сил членов семьи, при ослаблении первых трех в результате завоевания женщиной устойчивых позиций в социуме. С одной стороны, отмечается «феминизация бедности» и неудачи воспитания детей в неполной семье (такие дети составляют 38,3 % среди состоящих на учете в подразделениях по правонарушению несовершеннолетних)¹¹, с другой — финансовая независимость современной женщины, а также вред напряженной эмоциональной атмосферы в семье для психики ребенка, возможность компенсировать отсутствие фигуры отца общением с другими мужчинами (дедушкой, знакомыми, если по каким-то причинам общение с отцом отсутствует). Таким образом, неполная семья — это одна из форм существования семьи на этапе кризиса гендерных отношений, который охватывает все российское общество в целом, а не отдельные группы малоимущих, асоциальных или психологически неблагополучных людей.

Вместе с тем в сознании многих россиян существует негативный стереотип неполной семьи, который связан с уже упомянутой культурной установкой на патриархатные отношения. В уже цитированной нами научной статье, посвященной проблеме осуществления положенной по закону социальной поддержки семьям с одним родителем, отмечается, что часто сами социальные работники осуж-

¹⁰ См.: *Ярская-Смирнова Е. Р., Романов П. В.* Социальная защищенность... С. 71.

¹¹ См.: Там же.

дают женщину, воспитывающую ребенка без мужа, и по этой причине препятствуют тому, чтобы она получила льготы¹².

В текстах СМИ также встречаются истории, иллюстрирующие действие негативного стереотипа:

В день непонятного и весьма трагического для ПТУ 104 события все так и было: открытый кабинет, хохотки, девчонки. Только к концу занятий преподавательница недосчиталась в кошельке 1200 рублей, собранных учениками на проездные билеты... Вера Павловна... вспомнила, что последними в ее кабинете были Даша и Маша. «Нет, Дашка на такое не способна, — отрезала сомнения учительница, — она ж из хорошей семьи. А вот Машка...». Машка — действительно девица не мед. Семья у нее неполная, маманя непонятная, а сама девочка поступила в ПТУ с «волчьим» билетом из школы: бузила, уроки прогуливала... «Ну, конечно, она!»

Корреспонденту «Комсомольской правды» девушка рассказала:

...Я ей сразу обыскать свою сумку предложила. И спросила, почему на меня думает. А она: «Потому, что у тебя семья бедная».

Затем в приватном разговоре с одноклассницами Маши учительница намекнула, что, мол, она сегодня у меня деньги украла, а завтра и у вас вытащит. Девушки намек поняли, отвели Машу в лесок, раздели и жестоко избили. Вера Павловна, увидев избитую, шепнула экзекуторам: «Неповадно будет!»¹³.

А вот письмо в газету о своем детстве одной из читательниц:

О том, что моя мама называется «одиночкой», я узнала от соседей. А то, что наша семья... «неполная», вычитала в классном журнале. Такие, как я, были там вынесены в отдельный список. Всего нас было 5 человек. Причем трое — двоечники. Мне не хотелось находиться в их компании, и я старалась учиться хорошо изо всех сил. Я стала «твердой хорошистой» и активисткой, но ощущение дискомфорта, неполноценности жизни при этом не проходило¹⁴.

¹² Ярская-Смирнова Е. Р., Романов П. В. Цит. соч. С. 89—90.

¹³ А доживем ли до понедельника? // Комсомольская правда. 2002. 26 авг.

¹⁴ Проблема крупным планом: мать-одиночка // Дочки-матери: прил. к газ. «Аргументы и факты». 1998. 20 апр.

Первая история — современная, вторая — советского периода (детские воспоминания читательницы). А действие негативного стереотипа «неполная семья — ненормальная, неблагополучная» отчетливо ощущают на себе обе героини, несмотря на разницу в характере и поведении.

Какую же роль играют СМИ в поддержании или опровержении негативного стереотипа?

Анализ контекстов, в которых упоминается неполная семья журналистами «Комсомольской правды», «Аргументов и фактов», «Известий» (период с 2005 по 2008 г.), показывает, что практически все эти контексты тем или иным образом подчеркивают смыслы «неполная семья — малообеспеченная и неблагополучная». В период с 2005 по 2008 г. в названных газетах было опубликовано 42 текста, где встречается словосочетание *неполная семья*. Полностью нейтральный только один: в нем рассказывается о разных случаях, когда необходимо оформление доверенности, в частности, о ситуации, когда необходимо получить согласие отца на выезд ребенка за границу:

Допустим, вы хотите отправить своего ребенка на отдых в ближайшее или дальнее зарубежье... на это требуется согласие обоих родителей. Если семья неполная, придется договориться со вторым родителем, причем желательно сделать это заранее, а не накануне отъезда. Облеченный доверием (и доверенностью) может передать эти полномочия третьему лицу (ст. 187 ГК РФ)¹⁵.

Здесь ни одна из стереотипных черт не воспроизводится: семья с одним родителем предстает здесь как достаточно обеспеченная, для того чтобы отправить ребенка отдыхать за рубеж, и никаких других отрицательных смыслов ей тоже не приписывается. Разве что в слове *придется* сквозит предположение о нежелании родителей общаться.

Остальные тексты можно разделить на три группы: 1) тексты, в которых неполная семья характеризуется преимущественно как малообеспеченная; 2) тексты, приписывающие неполной семье разного рода социально-психологическое неблагополучие; 3) тексты,

¹⁵ От моего имени и по моему поручению // Известия. 2005. 14 марта.

рассказывающие о том, как может быть преодолено материальное и социально-психологическое неблагополучие, назовем такие тексты *компенсирующими*.

Обратимся к материалу.

3.3.1. Материальное неблагополучие «неполной» семьи

Такая характеристика содержится в основном в текстах, информирующих о социальных льготах для малоимущих. Например, «Известия» рассказывают об организации детского питания в школах Татарстана:

Дети из неполных, многодетных семей, чей достаток ниже прожиточного минимума, тоже не остались в стороне. По решению Казанской городской думы эти дети питаются в школах бесплатно. Из муниципального бюджета на эти цели в текущем году выделено 136,6 млн рублей¹⁶.

В этом контексте круг льготников уточняется предложением *...чей достаток ниже прожиточного минимума*, но, как правило, таких уточнений нет.

Подобных публикаций большинство (17 из 42), они есть во всех трех газетах. В «Известиях» нам встретилось 3 текста, в «АиФ» — 6, в «Комсомольская правда» — 7. Говорят о льготах самого различного характера: на путевки в летний лагерь, на устройство ребенка в школу, на получение жилья в рамках специальной московской программы, просто денежные выплаты и т. п. Обычно в таких текстах словосочетание «неполная семья» включено в однородный ряд, остальные члены которого называют категории людей, так или иначе пострадавших:

Определенные надбавки предусмотрены различным категориям льготников — *детям-сиротам, инвалидам, ребятам из неполных семей* и т. д.¹⁷;

¹⁶ Татарстан поделился опытом // Известия. 2007. 30 марта.

¹⁷ Учебный отпуск оплачивается только заочникам и вечерникам // Комсомольская правда. 2007. 3 сент.

Ежемесячное пособие в размере... 500 руб. будут получать студенческие семьи, имеющие детей, и отдельные категории студентов, чей среднедушевой доход ниже прожиточного минимума: *студенты, пострадавшие в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС; ветераны боевых действий; дети из многодетных и неполных семей*¹⁸.

Семантика «материального и иного неблагополучия» появляется в таких публикациях за счет отнесения неполных семей к определенной социальной категории. Логика самого текста здесь неизбежно совпадает с логикой формирования стереотипа: категоризация, укрупнение одних черт, нивелирование различий.

В одном из текстов (правда, в словах чиновников) встретилось ярко выраженное противопоставление «успешная семья — неблагополучная семья», причем под «неблагополучной» понималась именно малообеспеченная. В заметке «У московских чиновников будет по две семьи» (подзаголовок: *Помимо собственной, они будут содержать чужую — неблагополучную или многодетную*) говорится:

Идею озвучил префект Центрального административного округа Москвы Сергей Байдаков. Он заявил, что будет лично помогать одной из семей, попавших в трудное положение. Многодетной, неполной или просто бедной. И призвал к тому же своих подчиненных — замов и глав управ. Чиновники тут же нарисовали целый проект — «Успешная семья — неблагополучной». Часть из 500 бедных семей округа решено взять под персональную (!) чиновничью опеку¹⁹.

Слова чиновников воспроизводятся без комментариев.

3.3.2. Социально-психологическое неблагополучие неполной семьи

Публикации этой группы (14 из 42) развивают смысл «социально-психологическое неблагополучие» по нескольким направлениям. В первую очередь речь идет о детях, которые предстают

¹⁸ Пособия с 1 января // АиФ. 2006. 18 янв.

¹⁹ Комсомольская правда. 2008. 28 февр.

либо жертвами преступников (или неосторожных людей, не понимающих все сложности души таких детей), либо подверженными болезням, либо опасными для окружающих трудными подростками, преступниками, психологическими вампирами. Причиной всех детских бед является, согласно публикациям, неустранимое эмоционально-психологическое неблагополучие в неполной семье, которое в одних случаях как-то конкретизируется, а в других подразумевается априори. Одна публикация представляет как жертву социальной несправедливости одинокую мать.

Первая подгруппа — тексты, рассказывающие о детях из неполных семей, оказавшихся **ж е р т в а м и**.

Обычно это публикации, сообщающие о криминальных происшествиях. Дети из неполной семьи упоминаются в качестве жертвы преступника. Так, в жуткой истории о банде педофилов говорится:

— Они ведь не брали мальчишек с улицы, из подвалов, бродяжек каких-то, — рассказывает психолог Людмила Николаевна, которая общалась с детьми на допросах. — Выбор был целенаправленный: *мальчики из бедных семей, как правило, неполных, чистенькие, неиспорченные. Мамы все время на работе, и дети хотели не просто внимания взрослых, а тянулись к сильному мужскому плечу*²⁰.

Этот психологический портрет жертв дает специалист, отмечая, что мальчиков делала уязвимыми для преступников бедность, недостаток внимания, в частности мужского, вместе с тем это дети *чистенькие, неиспорченные* (в отличие от семантики *опасные дети* в другой группе текстов — см. ниже).

В тексте описываются гнусные подробности преступлений, шантаж с помощью чувства стыда, которое заставляло детей молчать и продолжать обслуживать «клиентов», рисуются перспективы ужасного будущего этих детей, душа которых надломлена систематическим насилием. Таким образом, многократно повторяется сема «страдание».

«Комсомольская правда» рассказывает о судебном процессе над учительницей, которая якобы довела ученика до самоубийства, однако версия корреспондента другая: ребенка подтолкнули к роко-

²⁰ Банду педофилов возглавлял адвокат // АиФ. 2006. 8 марта.

вому решению сектанты, жившие вместе с детьми в летнем лагере, из которого совсем недавно вернулся мальчик²¹. И хотя истинная причина гибели ребенка из текста неясна (учительница строго требовала дежурить в классе и вымыть пол, не более), миссионеры из Америки (именно они названы сектантами) тоже ничего особенного не делали, и с другими отдохавшими детьми все в порядке, тем не менее автор делает предположение:

А вот как их проповеди действовали на психику детей, многие из которых сироты или из неполных семей? Большинство из приезжавших в лагерь американцев — молодые, глубоко верующие люди. Понятно, что они стремились поделиться своей верой с подростками. У кого-то это получалось тактично. А кто-то проявлял рвение. Но как на школьников с *довольно сложной психикой* могут подействовать настоячивые рассказы о загробной жизни, в которой все будет хорошо: ведь там их встретит Бог, который всех любит и обо всех позаботится²².

Утверждение о *сложной психике* дается как некая известная всем аксиома, которой можно оперировать в качестве аргумента. Имплицитно предполагается следующий смысл: «В жизни детей все плохо, их психика неустойчива, их недостаточно любят, поэтому они стремятся в загробный мир».

Несколько другой образ ребенка-жертвы находим в «Известиях»: Воспитанники кадетского корпуса «Кедровый» страдали от «педагогических» методов прапорщика Котлярова, который систематически истязал подростков, избивая их, заталкивая в рот окурки, чтобы отучить от курения, и используя другие подобные «способы влияния». Ключевыми в тексте являются смыслы «жестокость» и «страдания» (*жизнь... превратилась в ад; изошренные издевательства; детские жалобы; из каптерки, зажимая рот и давясь офицерскими окурками, выбежал их товарищ с размазанными по лицу слезами и рвотой* и т. п.). Сообщается, что большинство из воспитанников — сироты и дети из неполных семей (ниже сказано: *сюда со всего*

²¹ Сектанты довели школьника до самоубийства? // Комсомольская правда. 2007. 12 июля.

²² Там же.

Красноярского края собрали детей из неблагополучных семей), и акцент делается на описании тягот их жизни (С отцом у них такие отношения, что парень и говорить о нем не хочет. Таких, как Слава, ребят из неблагополучных семей, здесь 290 человек, 45 из них — круглые сироты, еще у 45 родители лишены родительских прав. Попасть туда, где вдоволь еды и чистая постель, — мечта многих подростков, не обласканных судьбой). Смысл «страдания» усиливается: мальчикам некуда деваться — дома ужас и здесь пытка. Впереди тоже ничего хорошего (Воспитатели нас стыдили: нашли, говорят, на что жаловаться, — рассказывали мне кадеты. — Да в армии, говорят, с вами и не то будут делать!)).

Педагогический коллектив раскололся: некоторые преподаватели сочувствуют коллеге, считая, что с воспитанниками иначе нельзя, директор кадетского корпуса, зная о методах воспитателя, тем не менее объявил ему благодарность за самый дисциплинированный взвод; другие же преподаватели говорят: *Понятно, что ребята у нас далеко не идеальные, доводят порой до белого каления, но нельзя же так по-зверски относиться к сиротам! Мы, учителя, их почему-то не бьем, матом не ругаем. Значит, можно и без рукоприкладства воспитывать.* Так проскальзывает тема «трудные, неблагополучные».

Характеристика «жертвы и, как следствие, трудные» в более обобщенном виде содержится в газетных материалах, посвященных не конкретному преступлению, а в целом социально незащищенным группам. Так, «Комсомольская правда» рассказывает о безнадзорных детях как жертвах их семей и системы в целом²³. Текст строится типично для этого издания: несколько историй, рассказанных о себе беспризорниками (все они сироты или брошены родителями), затем общая характеристика детей, живущих на вокзале (*по большей части это выходцы из неполных семей, неблагополучных, где родители пьют, не раз сидели в тюрьме. — им не до детей*), комментарии чиновников, цифры. Снова отметим однородный ряд. Речь идет именно о неблагополучных семьях, наличие или отсутствие отца не играет здесь роли, и словосочетание «неполная

²³ Генералы московских вокзалов // Комсомольская правда. 2007. 25 дек.

семья», появляясь в этом контексте, наделяется признаком «неблагополучная». Текст пронизывают смыслы «жестокость», «страдание» и «безысходность» (*прошу деньги на еду; отец погубил мать... умер в тюрьме; жестокое обращение; милиционеры бьют дубинками*).

Вторая подгруппа — тексты о болезнях детей из неполной семьи. Например, рассказывая о тех, кто склонен к перееданию журналист сообщает:

Как выяснили медики, более чем у трети пациенток, страдающих патологической склонностью к перееданию, была отягощенная наследственность по алкоголизму. Некоторые воспитывались в *неполных семьях*, а больше половины — в семьях с авторитарными матерями и слабыми отцами. Еще до появления симптомов булимии практически все были *эмоционально неустойчивы: либо истеричны, либо капризны, раздражительны и импульсивны*²⁴.

Контекст приписывает детям из неполных семей эмоциональную неустойчивость. Причем если про полные семьи, дети из которых также эмоционально неустойчивы, сообщаются какие-то дополнительные характеристики, являющиеся причиной неблагополучия (алкоголизм, авторитарные матери и слабые отцы), то неполная семья без всяких пояснений считается источником неблагополучия.

Неполная семья как причина заболевания указывается также в двух публикациях из «Комсомольской правды»: «Эй, малыш, почему молчишь?» (2006, 3 авг.) и «Московские школьники все чаще превращаются в рабов компьютера» (2007, 14 февр.). В первой сообщается, что задержку развития речи имеют, в частности, *дети из неполных, неблагополучных семей. Родители пьют, часто ссорятся*. Обратим внимание на однородный ряд. Указывается также множество других причин того, что дети долго не говорят, начиная с избытка (или, наоборот, дефицита) внимания со стороны родителей и заканчивая социальными катаклизмами, однако неполная семья как причина болезни никак не комментируется. Во втором

²⁴ АиФ. 2006. 2 авг.

тексте понятию «неполная семья» приписывается признак «ребенку не хватает внимания и контроля»: *Зависимость от виртуальных игр становится такой же обычной детской болезнью, как корь или краснуха. Только лечить ее сложнее... Но незанятость подростка ниоткуда не возникает. За ней скрываются серьезные семейные проблемы. По словам врачей, чаще всего во власти игр оказываются дети, которым не хватает внимания и контроля со стороны родителей: в неполных семьях или в тех, где папа с мамой — заядлые трудоголики.* Снова относительно полной семьи даются комментарии, а неполная семья упоминается как априори имеющая «серьезные проблемы».

Третья подгруппа — публикации, представляющие тех, кто воспитывается или вырос в неполной семье, как людей, опасных для окружающих. Читатель видит трудных подростков, преступников и психологических вампиров.

Публикация «Возьмем собаку в добрые руки и замучаем до смерти» рассказывает о группе жестоких девочек-подростков, которые, подбирая на улицах дворняг, забирая псов у москвичей по бесплатным объявлениям, устраивали кровавые собачьи бои (Комс. правда, 2007, 4 мая). Подробно описываются зверства девочек-подростков: помимо издевательств над животными (в основном над собаками, но не только), они издевались и над людьми: натравливали собак на бомжей, угрожали соседям и их домашним питомцам и т. д. Затем следует небольшой социопсихологический анализ:

Социальные портреты этих девушек очень похожи. Это группа из трех-пяти девочек в возрасте 12—16 лет... *Все из неблагополучных или неполных семей. У каждой есть собака бойцовской породы. Псы с испорченной психикой, агрессивные. Хозяйки любят выгуливать их без поводка и намордника. Недополучив родительской любви, девочки теперь нашли, к кому привязаться всерьез и надолго. Будучи в своей семье никем, они теперь утверждают, держа в страхе район.*

В таком контексте характеристики «неблагополучные» и «неполные» почти сливаются, образуя своего рода фигуру накопления синонимов.

Главная героиня публикации — девочка, которую автор называет Анжелика. Все основные зверства совершает она. Анжелика имеет психиатрический диагноз, но по каким-то причинам ее редко госпитализируют. В то же время ее диагноз позволяет ей оставаться безнаказанной, несмотря на все ее выходки. В тексте многократно подчеркивается идея самоутверждения через запугивание окружающих: *«Мы — главные на районе. Нас все боятся!»* [заголовок к 1-й части]; *Сложно представить, чтобы стайка тринадцатилетних девочек держала в страхе целый район... Остальных держат в страхе... Когда девочки идут с собаками, стараюсь с ними не пересекаться* [слова соседки]. *Их любимая шутка, держа собаку на поводке, тыкая пальцем на десятилетнего ребенка, командовать «Фас!»*. Эта же идея содержится в комментарии психиатра-криминалиста, сопровождающем основной текст, что *таких собак часто заводят психически неуравновешенные люди — делают это из-за страха, неуверенности в себе*.

Также накапливаются и усиливаются смыслы «опасность» и «жестокость» (*зверства; жестокой и расчетливой Ольги; банда затравила более 30 собак; дворняг терзают особо жестоко; кровавые затеи* и т. д.). Эти же смысы лежат в основе большинства элементов номинационной цепочки (*стая зверенышей, банда малолетних живодерок, одна из живодерок, банда, юные живодерки, это потенциальные убийцы?, возможно, будущие жестокие убийцы*).

Подробностей о семьях девочек практически нет. Упоминаются только мать и дедушка Анжелики, она живет то у одной, то у другого.

Поскольку о семьях информации практически нет (ясно только, что родители по каким-то причинам не влияют на опасное увлечение девочек), то в тексте возникает прямая, однозначная, никак не конкретизированная связь: «неполная семья — опасные дети». При этом упоминание о структуре семьи выглядит здесь как некая дань традиции, обязательный элемент схемы описания, а не анализ реальных источников проблемы.

Попутно отметим чрезмерные детали в описаниях зверств девочек-подростков как еще один сомнительный с точки зрения психологической безопасности читателей ход журналиста. В конце публикации он отчасти компенсируется комментарием специали-

та, советующего, как вести себя в подобных случаях тем, кто оказался на месте соседей таких подростков.

В «Известиях» есть подобная публикация про террориста²⁵. Здесь про семью рассказывается немного подробнее:

...Чтобы понять, каким образом славянин стал ярым ваххабитом, воевавшим исключительно за идею, а не за деньги, нужно рассказать о его жизни. «Максим Панарьин родился в 1976 году в Будапеште в семье военного, — рассказал «Известиям» сотрудник пресс-службы Воронежского управления ФСБ Роман Паневин. — Когда Максиму исполнилось 10 лет, родители развелись. Отец исчез из поля зрения, а мать переехала в одну из станций Ставропольского края. Максим рос в *неполной семье*, учился на тройки, друзей не имел. Когда он ушел в армию, мать вышла замуж за кавказца, мусульманина ваххабитского толка. По возвращении из армии Максим попал под влияние мусульман. Как он сам говорит, его насильно в ислам не тянули. Но особых друзей у него не было, а молодую энергию направить было некуда — в 1997 году он принял ислам».

Никаких объяснений переменам, произошедшим в сознании, не дается, кроме абстрактных *неполная семья, некуда девать молодую энергию*. Интересно, что молодой человек до 10 лет жил с отцом, а ваххабитом стал как раз в результате того, что его семья стала полной, однако текст разворачивается по схеме «опасный человек — причиной является неполная семья, в которой он воспитывался». Также в этом тексте появляется тема бедности, необходимости для матери зарабатывать (*Там нормальной работы не было, и мать начала «челночить»*), и как имплицитное следствие — в текст вводится смысл «ребенку уделялось недостаточно внимания».

В тексте также ключевым является смысл «опасность»: *...В одиночку совершил три подрыва в Воронеже и «держал на кнопке» смертницу, взорвавшуюся у метро «Рижская», стал одним из лучших специалистов-подрывников, мобильно-диверсионная группа карачаевского джамаата планировала провести 15 диверсионно-террористических актов...*

²⁵ Воронежский террорист планировал еще 15 терактов // Известия. 2005. 20 мая.

Признак «опасные дети из неполной семьи» часто содержится и в текстах о какой-либо неблагополучной социальной группе. Это, в частности, публикация о гопниках как социальной группе — ироничный рассказ о ее появлении в послереволюционное время, расцвете в 90-х гг. и почти полном исчезновении²⁶. И вновь «неполная семья» появляется в тексте как обязательный элемент схемы описания неблагополучного типа людей:

По происхождению они [гопники] были крестьянами или вовсе безземельной голью перекаточной... Поскольку они и у себя-то в деревнях были аутсайдерами, часто детьми из неполных семей, а многие уже имели на счету мелкие преступления, если не что похуже, коренное население Петрограда, а потом Ленинграда относилось к гопникам брезгливо. Они вошли в легенды как блатари и фартовые, которых не могла сломать даже советская система. У них был свой кодекс чести, они жили по собственным правилам, у них были свои татуировки на пальцах, свои моды. Они представляли собой *нечто типа касты «воров в законе» в мире правонарушителей-«хулиганов»*.

Смыслы, сопровождающие словосочетание «неполная семья», — «бедность», «опасные дети». В тексте, несмотря на иронию, многократно подчеркивается смысл «опасность»: им приписывают статус *самых опасных подонков из числа белого населения всего белого света*; их сопоставляют с дикарями: *Когда в путеводителе какой-то народ называют «гордым», это обычно эвфемизм, означающий «скорее звери, чем люди». Что касается гопников, то они действительно до людей вряд ли дотягивают; отмечают: «Гоп» звучит злобно, тупо и смешно, но не настолько смешно, чтобы вы осмеливались смеяться гопнику в лицо*; и т. п.

Аналогичные контексты: в публикации с красноречивым заголовком «Служить должны все, а не только “неблагополучные”», где главная идея вынесена в лид: *Изжить дедовщину можно только подняв уровень солдата*, — сообщается, что сейчас в армии служат ребята *из неполных семей, без образования, часто с непогашенными судимостями* (Известия, 2006, 13 апр.); в интервью с В. Жириновским оставлены без комментария слова: *А 90 процентов преступ-*

²⁶ Куда ты делся, русский гопник? // Комсомольская правда. 2007. 8 июня.

лений совершается детьми из неполных семей или детдомовцами (Комс. правда, 2007, 20 нояб.).

«Неблагополучные дети из неполной семьи», таким образом, попадают в группу риска и изредка соседствуют в тексте с детьми «представителей элитных кругов общества, часто посещающими дискотеки, бары, ночные клубы или иные увеселительные заведения» (Известия, 2006, 11 авг.) — в этом случае сема «бедность как источник неблагополучия» нивелируется.

Приведем пример еще одного текста, где последствия воспитания в неполных и в очень обеспеченных семьях оказываются похожими. Не совсем обычна и сама «опасность», которую представляют дети из таких семей. Это энергетический вампиризм. О самом феномене рассказывает доктор психологических наук, а о том, как становятся «вампирами», откуда они, говорит сотрудник Научно-исследовательской лаборатории изучения психологии дошкольного развития и воспитания:

...В основном из *неполных или неблагополучных семей*... Ребенок, которого растит один из родителей, вырастает с убеждением, что от жизни надо брать много и сразу, пока никто не отнял, не предал, не бросил. А для этого надо все выгодные для себя ситуации держать под контролем. И если представился случай обогатиться или занять пост, то людей, от которых зависит исход удачного стечения обстоятельств, нужно брать измором. На любом заводе и в любом офисе вам расскажут истории, как девушка из глухомани... притворившись доброй и наивной, сначала плотно села на шею своему начальнику, а потом подсидела. Или, наоборот, бездарный шеф так замучил своего умного подчиненного придирками, что тот слег в больницу с инфарктом. ...«Вампиры» воспроизводят те же отношения, с которыми столкнулись в детстве, только уже с *позиции силы*. Теперь они решают, давать ли окружающим любовь и заботу и что требовать взамен. В других случаях энергетическими «вампирами» вырастают избалованные дети, привыкшие к тому, что родители исполняют их малейшие желания. Их стратегия — *добиваться своей цели любой ценой, даже мнимой беспомощностью*²⁷.

²⁷ Как распознать энергетического вампира // Комсомольская правда. 2006. 14 сент.

Дети из неполных семей показаны как успешные в карьере, но добившиеся этого нечестными методами. Проводится прямая зависимость деструктивных, «опасных» способов поведения от воспитания в неполной семье. Мы снова видим однородный ряд из «неполных или неблагополучных семей». Типичность передается формами единственного числа в собирательном значении: *ребенок, родитель, девушка из глухомани, начальник*, а также глагольными формами настоящего времени со значением вневременного признака: *растит, вырастает, производит*. Противоположны «вампирам» доноры. В пояснениях, откуда они берутся, нет никаких упоминаний о структуре семьи, вообще о семье. Просто называются психологические особенности личности таких людей.

Как видим, вторая группа текстов сложнее, чем первая. В центре внимания журналистов — дети из неполной семьи с их страданиями, болезнями, несложившейся судьбой. Рассказываются конкретные истории (Анжелика с собаками, террорист, мальчик-самоубийца) и характеризуются социальные группы (гопники, дети на московских вокзалах), психологические типы личности («вампиры»). Во всех случаях неполная семья выступает как причина детского неблагополучия. Иногда эта мысль более или менее убедительно конкретизируется отсутствием мужского внимания (*Мамы все время на работе, и дети хотели не просто внимания взрослых, а тянулись к сильному мужскому плечу* — комментарий психолога в тексте «Банду педофилов возглавлял адвокат»), вообще недостатком внимания и контроля (*чаще всего во власти игр оказываются дети, которым не хватает внимания и контроля со стороны взрослых* — комментарий врачей в тексте «Московские школьники все чаще превращаются в рабов компьютера» — Комс. правда, 2007, 14 февр.), пережитым в детстве предательством (*Ребенок, которого растит один из родителей, вырастает с убеждением, что от жизни надо брать много и сразу, пока никто не отнял, не предал, не бросил* — комментарий психолога в тексте «Как распознать энергетического вампира»). Однако в большинстве публикаций неполная семья в качестве причины бед упоминается без особых пояснений, и тогда включается присущая стереотипному мышлению особая логика, «работающая в разных контекстах, на любом объеме информации

за счет неограниченного приписывания известного неизвестному»²⁸. Наиболее частотная синтаксическая конструкция для словосочетания «неполная семья» — однородный ряд (*из неполных и/или неблагополучных семей*). Причем если беда произошла с ребенком из полной семьи, то ситуация в семье каким-то образом поясняется (родители пьют, ссорятся, являются трудоголиками, слабый отец и сильная мать и т. п.). Таким образом, отсутствие пояснений при упоминании неполной семьи в качестве причины несчастий можно рассматривать как некую «нулевую позицию», которая выявляется на основе сопоставления с тем, как представляют в публикациях полную семью неблагополучного ребенка. Нам представляется, что это одно из проявлений более общей тенденции в текстах СМИ, которую отмечает А. Д. Шмелев: «Под видом неочевидных компонентов высказывания, которые адресат должен принять как само собой разумеющиеся, говорящий навязывает собеседнику некоторые весьма нетривиальные суждения»²⁹.

В ряде текстов слова о том, что преступник или трудный ребенок воспитывался в неполной семье, произносятся кем-то из персонажей публикации — соседкой (в тексте про Анжелику), сотрудником пресс-службы управления ФСБ (в тексте про террориста) — или представляют собой комментарий психолога (тексты про педофилов, «вампилов»). Пояснения дают только психологи. Остальные, безусловно, называют факты о том, что семья попавших в беду была неполной, однако насколько причиной неблагополучия была структура семьи — вопрос открытый, тем не менее журналист включает эти слова в текст как существенные, как-то проясняющие ситуацию. На наш взгляд, здесь можно говорить о недобросовестной аргументации как одном из способов воспроизведения негативного стереотипа.

Фигура матери дана очень схематично: женщина, воспитывающая ребенка без мужа, без конца работает (при этом остается бедной) и ребенок остается без внимания и без контроля. Фигура отца,

²⁸ Новейший философский словарь. Минск, 1998. С. 877.

²⁹ Шмелев А. Д. Еще раз о средствах воздействия на читателя // Журналистика и культура русской речи. 2005. № 1. С. 22.

ввиду того, что не упоминается (кроме текста про террориста), имплицитно наделяется смыслами «оставил семью», «перестал общаться», «не помогает материально». Установление того, насколько соответствует описываемое положение дел действительности, выходит за рамки лингвистических задач. И все же отметим одно обстоятельство: исследования по традициям русской семьи показывают, что для нее вообще нехарактерен эмоциональный контакт отца с детьми. Отец, как правило, всегда отсутствует: он на войне, или зарабатывает деньги, или еще чем-нибудь занят. И даже если он дома, он в основном общается с женой³⁰. Поэтому позволим себе сделать вывод, что по признаку «дефицит мужского внимания» полная и неполная русские семьи не столь разительно отличаются, как фиксирует стереотип.

3.3.3. Компенсирующие контексты

Название «компенсирующие контексты» обусловлено одной чертой, которая в той или иной степени присуща всем текстам этой группы (10 из 42): это преодоление человеком, которого воспитывала одна мать, бедности и/или минусов воспитания в неполной семье.

Героем большей части таких публикаций становится человек, выросший в неполной семье и добившийся успеха, например четырехкратный олимпийский чемпион по гимнастике Алексей Немов, министр обороны Анатолий Сердюков, телеведущая Оксана Федорова, актер Клайв Оуэн, английская принцесса Диана и ее дети (обратим внимание, что россиянами являются только три героя, а не все пять). Сначала описываются трудности, затем, как правило, называется фактор, который помог справиться с неблагоприятными условиями. Это может быть мужчина: директор клуба юных техников — для Анатолия Сердюкова, тренер — для Алексея Немова, дед — для Оксаны Федоровой. Это может быть черта характера: ответственное отношение Клайва Оуэна к тем возможностям, которые дает судьба. Это может быть мать: принцесса Диана для

³⁰ См.: Кон И. С. Меняющиеся мужчины... С. 35—37.

своих сыновей. Это может быть психологическая литература: Оксана Федоровой она помогла обрести уверенность в себе.

Степень неблагополучия также различна: Анатолий Сердюков состоял на учете в инспекции по делам несовершеннолетних³¹, семья Оксаны Федоровой жила довольно скромно... не шиковала; Оксана «с ужасом» вспоминает страшные сапоги, которые ей приходилось носить³², Алексей Немов просто говорит: Думаю, что психологи правы, когда говорят, что дети из неблагополучных и неполных семей стремятся всем доказать, что они многое могут, хоть у них и не все так прекрасно, как у других. У меня тоже так было. И то, что рос без отца, конечно, сказывалось. Но мне очень повезло, что рядом всегда был тренер — мужик³³.

Негативная семантика, связанная с неполной семьей, выполняет в таких текстах другую функцию, нежели в предыдущих: автору важно подчеркнуть эмоциональное неблагополучие и бедность, чтобы создать образ героя, преодолевающего трудности. В основном подчеркивается эмоциональное неблагополучие. Приведем примеры: самым близким людям девушка рассказала и о своей семейной драме... развод проходил трудно... папу Оксана больше не видела. Сыновья принцессы Дианы, как и она сама, выросшая в неполной семье... пережили развод родителей и прилюдное полоскание семейного белья, которое могло сделать из детей неврастеников (Известия, 2007, 27 авг.). О Клайве Оуэне говорится: На лице 42-летнего актера... читаются биография и судьба. Судьба ребенка из неполной, неблагополучной семьи (отец, певец в стиле кантри, бросил мать с пятью сыновьями на руках), воспитанного отчимом, железнодорожным рабочим. Здесь появляется однородный ряд и появляются вопросы (которые не снимаются дальнейшими пояснениями): что автор понимает под «неблагополучием», кроме драмы, связанной с уходом отца? Возможно, это несложившиеся отношения с отчимом, возможно, что-то еще, но об этом не упоминается.

³¹ Как стать министром обороны // Известия. 2007. 26 февр.

³² Оксана Федорова нашла потерянную сестру // Комсомольская правда. 2007. 20 сент.

³³ Алексей Немов успешен как в спорте, так и в семье // АиФ. 2006. 24 мая.

Также иногда описывается возможность неблагоприятной судьбы для персонажа, если он — ребенок из неполной семьи: *Его вполне могла затянуть улица, но он не стал шпаной. Честь ему и хвала* (о Сердюкове); *прилюдное полоскание семейного белья, которое могло сделать из детей неврастеников* (о принцессе Диане).

К текстам о преодолении можно отнести также публикацию, в которой описываются семейные сценарии. Один из пяти сценариев, по словам автора, реализуют, в частности, те, кто воспитывался в неполной семье. Сценарий называется «Ты мне вместо папы»:

Либо семья была неполной, либо ребенку сильно не доставало внимания родителя противоположного пола. Женщины в этом случае тянутся к мужчинам старше себя, а мужчины ищут женщину сильнее и умнее себя... В этих отношениях старший или более сильный по характеру всегда играет наполовину роль отца или матери. В нем, в свою очередь, может говорить нереализованный воспитательский потенциал. Тогда такие отношения длятся довольно долго. Психологи даже считают, что это один из самых устойчивых сценариев семейной жизни... Положительный пример — Олег Табаков и Марина Зудина.

Неполная семья характеризуется по признаку «отсутствие внимания одного из родителей», а неудовлетворенная сильная потребность оказывается залогом устойчивого благополучного сценария семейной жизни.

Во всех рассмотренных текстах с различной степенью драматизации подчеркивается в первую очередь эмоциональное неблагополучие и называется какой-то компенсирующий момент в жизни, который позволил герою добиться успеха. Такие тексты, безусловно, способствуют коррекции негативного стереотипа «неполная семья», но, на наш взгляд, лишь отчасти: несколько положительных историй могут быть восприняты как исключение, лишь подтверждающее правило.

Контекст с акцентом на позитивной стороне мы нашли в публикации, где психолог комментирует семейные сериалы. По поводу фильма «Папины дочки» специалист говорит:

Семья тут, увы, *неполная*. Про маму известно лишь то, что она сбежала из семьи с каким-то хоккеистом, бросив на мужа пять (!)

дочек. Папа самоотверженно пытается обеспечить чадам достойную жизнь... Они готовят для него, убирают квартиру, ухаживают за младшим ребенком. Он обеспечивает их. В общем, в «Папиных дочках» тоже показана патриархальная модель семьи. Но, с другой стороны, через образ папы демонстрируется, как мужчина может относиться к женщине: с каким уважением, любовью, заботой. Это очень важный пример.

Кроме «увы» и восклицательного знака, нет никаких слов с отрицательной оценкой. Впрочем, речь идет о комедийном сериале, к тому же роль одинокого родителя выполняет отец.

Решение материальных проблем обсуждается в тексте «Алиментарная жадность» (Известия, 2006, 20 июня). Речь в основном идет о том, как получить алименты с отцов, которые не желают их платить. Однако мы отнесли этот текст к группе компенсирующих, потому что, во-первых, автор приводит наряду с отрицательными примерами случай достаточно гармоничных отношений между разведенными супругами, а во-вторых, рассказывает об одной очень состоятельной одинокой маме. В итоге читатель получает более объемную картину, нежели в текстах предыдущих групп. Приведем примеры. Благополучная история рассказана первой:

Ульяна рассталась с мужем пять лет назад. Ее дочери было девять с половиной. Это был «европейский вариант»: не было скандалов и обид, зато было взаимное уважение и договоренность. «Инициатором развода была я, просто хотела пожить одна, — легко говорит Ульяна. — Мы были уже больше друзьями. И муж с уважением отнесся к моему решению». Само собой получилось так, что дочь живет с мамой, но в любое время может поехать к папе. «Он прекрасный отец и продолжает общаться с дочерью. Они вместе занимаются спортом и ездят в спортзал. И лето она проводит у него: мой бывший муж живет за городом», — говорит Ульяна... Естественно, что при таких отношениях никто не думал об алиментах. Папа помогает деньгами по собственному желанию... Ее развод — практически идеальный. Хотя она так не считает: «Мы не продумали психологическую защиту ребенка, из-за чего наша дочь потом заболела... Есть правило: перед разводом надо помириться, чтобы не делать все в состоянии аффекта, и спокойно подготовить ребенка: папа будет жить отдельно, но он все равно тебя любит. Пробле-

мы семьи не решить законодательством», — считает Ульяна. Люди должны договориться между собой. Но если им это не удалось, права женщин и ребенка должен защитить закон.

Обилие позитивных деталей и слов, выражающих положительную оценку, значительно смягчают упоминание о болезни дочери.

Две другие истории — о негативных отношениях между бывшими супругами, но в обоих случаях матери смогли самостоятельно обеспечить семью, сделать ее материально благополучной (*Мария — большой босс на ТВ, таких менеджеров, как она, в России — единицы... Но у Татьяны была хорошая работа и образумить бывшего мужа она не пыталась*). И несмотря на то, что потом у Татьяны были и трудные времена: иногда было нечем детей кормить и она работала на трех работах, в итоге дети у нее выросли социально благополучными — сын уже работает, а дочь учится на юриста.

Еще одна история об алиментах — редкий случай, когда хорошо зарабатывает женщина, но отношения с дочерью у нее напряженные, и при разводе ребенок остался с отцом, а по решению суда алименты платит мать. Таким образом, этот текст раскрывает обсуждаемую проблему неодносторонне, дает представление о возможных вариантах поведения при разводе.

Две публикации в группе компенсирующих контекстов стоят особняком. В первой стереотип «несчастные дети из неполной семьи» воспроизводится с иронией. И хотя никакого опровержения не следует, ирония дистанцирует от стереотипа и автора, и адресата, как бы намекает на возможность иного взгляда на вещи.

Автор текста «Как стать миллионером... по советам из книг» (Комс. правда, 2007, 24 мая) иронически комментирует одно такое издание, в частности:

«90 % женщин, неспособных создать семью, — это старшие дочери, причем из неполных семей», — пишет автор, по этой же причине эти несчастные не могут добиться успеха и богатства. Тезис, прямо скажем, не новый. А вот объяснение убивает наповал. Первый ребенок, по мнению автора, — продолжатель отцовской ветви. Так как папы, по сути, нету, его мертвые предки не будут помогать этому ребенку в жизни. Короче, богатства мне не видать, как своих ушей, и миллионам женщин в нашей стране тоже. Но вы-

ход есть: первенцу надо «восстановить духовную связь с родом своего отца!»).

Здесь мысль об изначальной ущербности женщин из неполной семьи высказана автором книги, а журналист, намекнув, что сама относится к их числу, иронически отмечает стереотипность этой мысли, тем самым отстраняясь от нее.

Вторая публикация существенно отличается от всех, уже проанализированных. Обратимся к тексту. Заголовок: «Стоит ли заводить ребенка без мужа?» (лид: *Муж решил, что ваша беременность — ошибка? Это не повод отказываться от радости материнства*). Информационный повод — открывшиеся в Москве курсы для мам-одиночек (Комс. правда, 2006, 25 сент.). В тексте конструктивно обсуждается проблема, когда женщина решает родить ребенка без мужа. Выделяются две категории: к первой относятся юные, у которых «случайно все получилось», а также небогатые, ко второй — состоятельные женщины, осознанно решившие родить ребенка «для себя» и подготовившие финансовую основу. Показан масштаб явления: от каждой пятой мужчина ушел, у одной из ста — погиб. Женщинам нужна в первую очередь психологическая помощь. Про женщин из первой группы говорится: *Чтобы не смотреть на чужое счастье, они не ходят на курсы, где к родам готовятся семейными парами, а про курсы для одиноких мам обычно не знают...* Про женщин второй группы: *...В отличие от нечаянно забеременевших девочек... [они] все заранее спланировали. <...> Они более мнительные, чем замужние беременные, переживают беременность эмоциональнее и требуют от окружающих повышенного внимания. Это поддается психологической коррекции.* Эмоциональные проблемы женщин описаны как реакция на стресс, которая вполне преодолима.

Женщинам, испытывающим материальные затруднения, на курсах обещают помочь с поиском работы, организовать занятия с ребенком. Описана качественно иная социальная помощь, нежели в текстах первой группы.

Характеризуя описанную группу текстов в целом, отметим на содержательном уровне большее количество конкретных исто-

рий, а также более подробную характеристику конкретных семейных ситуаций с одиноким родителем. Комментарии психологов или ссылки на их мнение встречаются гораздо чаще, чем в других текстах. Встречаются позитивные образцы поведения одинокого родителя или разведенных супругов.

Дети изображаются как добившиеся большого успеха или, как минимум, благополучные. Образы матери не столь одинаковы, как в текстах предыдущей группы: мать может поддерживать детей, помогая им пережить драму развода, может хорошо зарабатывать, может сама инициировать развод с мужем и даже обеспечивать отца, оставшегося с детьми после развода, мать может быть состоятельной женщиной, которая не нашла для себя достойного партнера и родила ребенка для себя — драма развода здесь исключается, а вот страх социального осуждения остается. Впрочем, образ брошенной женщины, много работающей и мало зарабатывающей, также имеет место. В текстах этой группы мы встречаем более или менее обрисованную фигуру отца, причем тоже в разных вариантах: отец, порвавший всякие связи с семьей и не восстановивший их; отец, который пытался восстановить отношения с взрослым сыном, добившимся успеха (текст про А. Немова); отец, поддерживающий хорошие отношения с ребенком, помогающий бывшей жене; наконец, одинокий отец, который способен позаботиться о детях лучше, чем мать.

На языковом уровне бросается в глаза почти полное отсутствие однородного ряда «неполная, неблагополучная» (встретился лишь один раз). Появляется положительная номинация «самостоятельная мама», упоминаются позитивные чувства и действия в некоторых контекстах о неполной семье (*уважение, договоренность, любовь, самоотверженно, помогает, заботится*), вводится положительная оценка в словосочетаниях *идеальный развод, хорошая работа, пытается обеспечить дочерям достойную жизнь*. Используется ирония для отстранения от стереотипа. Вместе с тем основные черты стереотипа «неполная семья» — материальные и эмоциональные проблемы — воспроизводятся, хотя и в связи с возможностью их преодоления.

Возвращаясь к вопросу об информационной безопасности в СМИ, подведем итог. Самая многочисленная группа текстов (о социальных льготах), с одной стороны, выполняет важную функцию информирования населения, с другой — поддерживает негативный стереотип неполной семьи, в первую очередь признак малообеспеченности. Однако эти тексты вызваны объективной необходимостью. Способы представления неполной семьи в текстах второй группы наиболее сомнительны для формирования как минимум нейтрального отношения общества к семьям с одним родителем: недобросовестная аргументация (установление прямой связи «неполная семья — неблагополучные дети» вне описания конкретной семейной ситуации), однородный ряд «неполные и неблагополучные семьи», схематизм в изображении одинокой матери. Более объемным представлен образ неполной семьи в третьей группе текстов, где дано более подробное описание конкретных ситуаций.

4. ДИСКУРС МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: БЕЗОПАСНОСТЬ РЕКЛАМЫ И ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ

4.1. Непрямая коммуникация в рекламном дискурсе

В настоящее время все большее значение приобретают вопросы информационной безопасности. Междисциплинарный характер термина «информационная безопасность», с одной стороны, задает широкую область его употребления, с другой — порождает некоторую размытость и необходимость уточнения содержания данного понятия в каждой сфере использования.

Говоря об информационной безопасности, мы прежде всего имеем в виду чистоту, прозрачность информации для адресата, т. е. отсутствие скрытых компонентов, имеющих манипулятивную природу. Поскольку скрытые компоненты смысла используются достаточно широко и не всегда связаны с манипуляцией, уточним: речь в данном случае идет не о художественных текстах с явлениями многозначности, с несколькими смысловыми слоями, т. е. не о тех текстах, в которых средства косвенной передачи смысла используются с целью эстетического воздействия; речь идет о текстах, в которых имплицитные компоненты имеют манипулятивный характер и применяются для решения прагматических задач. Цель их использования — **в н у ш е н и е**. Для обеспечения информационной безопасности материала адресату необходимо иметь представление об этих компонентах и их маркерах, чтобы защититься

от попыток вмешательства (как правило, навязчивого, агрессивно-го) в свое ментальное пространство.

В этой связи прозрачность информации для адресата рассматривается как основной принцип соблюдения информационной безопасности. Маркеры его нарушения — сигналы о том, что текст вводит читателя в заблуждение. Одной из областей, в которых активно функционируют манипулятивные тексты, содержащие скрытые смыслы, является **реклама**. Нарушение принципов информационной безопасности материала в рекламном дискурсе заключается в вуалировании того факта, что текст носит рекламный характер. Соответственно маркером нарушения информационной безопасности являются признаки рекламной направленности материала, которые позволяют воспринимающему «опознать» дискурс. Совокупность этих признаков мы, вслед за Э. А. Лазаревой, называем **сигналом рекламности**¹.

Можно выделить содержательные и формальные сигналы «рекламности», позволяющие адресату идентифицировать текст как принадлежащий к рекламному дискурсу. К содержательным сигналам относятся тема (предмет рекламы), идея (основная мысль) рекламного произведения, аргументация в пользу покупки, поданные в соответствии с тремя максимами рекламного текста — максимой повеления, максимой навязчивости и максимой неповторимой привлекательности². Формальными сигналами рекламности могут выступать: 1) модульная форма подачи информации (рекламный модуль), 2) яркость, броскость, 3) особый характер подачи материала: креолизация текста, использование иконических, аудиальных знаков, 4) использование особого шрифта, 5) специальные указания: «На правах рекламы» и т. д.

Рекламные тексты, маскирующие факт рекламности, прибегающие к непрямой передаче рекламного смысла (*Купи!*) в целях выразительности, привлечения внимания (преодоления нежелания воспринимать рекламу), а также в целях сокрытия прагматической авторской интенции, увеличения суггестивного потенциала текста

¹ Лазарева Э. А. Стилистика рекламы. Екатеринбург, 2005. С. 84.

² О рекламных максимах см.: Там же. С. 88.

(цели, как правило, взаимосвязанные) — это тексты косвенной рекламы, моделирующие непрямую рекламную коммуникацию.

Вначале представим обзор скрытых компонентов — косвенных средств передачи смысла, затем рассмотрим их функционирование в рекламном дискурсе в текстах косвенной рекламы.

4.1.1. Косвенные средства передачи смысла

Средства непрямого выражения смысла многообразны. Их исследованию, определению разновидностей уделяли внимание многие исследователи³. Так, предметом анализа Дж. Р. Серля стали косвенные речевые акты — случаи, когда «когда один иллюкутивный акт осуществляется опосредованно, путем осуществления другого»⁴. К. А. Долинин выделял эксплицитное содержание высказывания (ЭСВ), непосредственно выраженное совокупностью языковых знаков, составляющих сообщение, и имплицитное содержание высказывания (ИСВ), или подтекст, т. е. содержание, которое прямо не воплощено в узуальных значениях языковых единиц, но может быть извлечено при восприятии высказывания⁵. И. В. Арнольд указывала, что импликация является частью смысла отрывка текста, а не отдельного слова или предложения, и разграничивала текстовую импликацию и другие виды подразумевания: подтекст, эллипсис, пресуппозицию, аллюзию. Текстовая импликация определяется как дополнительный подразумеваемый смысл, вытекающий из соотношения соположенных единиц текста, но ими вербально не выраженный. Текстовая импликация реализу-

³ См., например: *Арнольд И. В.* Импликация как прием построения текста и предмет филологического изучения // *Вопр. языкознания*. 1982. № 4; *Бирюкова Л. Е.* Малоформатные речевые жанры с моделированным подтекстом: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб, 2002; *Долинин К. А.* Имплицитное содержание высказывания // *Вопр. языкознания*. 1983. № 6; *Серль Дж. Р.* Косвенные речевые акты // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 17: Теория речевых актов. М., 1986; *Толкунова Е. Г.* Суггестологическое описание современных русских рекламных текстов: дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 1998; и др.

⁴ *Серль Дж. Р.* Косвенные речевые акты. С. 196—197.

⁵ *Долинин К. А.* Имплицитное содержание высказывания. С. 37.

ется в микроконтексте, формальными границами которого являются сверхфразовое единство, диалогическое единство или абзац. Подтекст — в макроконтексте (контексте всего произведения), на референтном масштабе не эпизода, а сюжета. Соположенные элементы расположены при этом дистантно, а не контактно и входят в разные ситуации. Как указывает исследователь, подтекст и импликацию бывает трудно разграничить, поскольку они часто встречаются вместе и взаимодействуют друг с другом⁶. Подтекст обогащает смысл всего текста, импликация — смысл эпизода. Разница между импликацией и эллипсисом заключается в том, что импликация имеет вариативную интерпретацию, а эллипсис восстанавливается однозначно, поскольку отсутствует приращение логико-предметной информации. В отличие от импликации *пресуппозиция* не содержит новой информации⁷. Таким образом, текстовая импликация есть дополнительный подразумеваемый смысл, т. е. вид подразумевания, основанный на синтагматических связях соположенных элементов. Она может передавать не только предметно-логическую, но также субъективно-оценочную и эмоциональную информацию, ограничена рамками микроконтекста, что на композиционном уровне соответствует преимущественно эпизоду, восстанавливается вариативно, принадлежит конкретному тексту и постоянно сочетается с другими видами подразумевания, тоже выраженными связкой $A \rightarrow B$ ⁸.

Позднее имплицитность стала пониматься как «категория речи, имеющая глобальный характер»⁹. Как отмечает Л. Е. Бирюкова, в языке существует множество способов не прямой, скрытой передачи значений. Это явление охватывает все языковые области — от фонетики до стилистики — и проявляется как на уровне слова, так и на уровне высказывания и текста¹⁰. Все многообразие языковых средств непрямого выражения смысла (тропы, косвенные речевые

⁶ См.: Арнольд И. В. Импликация как прием построения текста... С. 84—85.

⁷ См.: Там же. С. 87.

⁸ См.: Там же. С. 88.

⁹ Бирюкова Л. Е. Малоформатные речевые жанры... С. 5.

¹⁰ См.: Там же.

акты, ирония и т. д.) В. В. Дементьев объединяет в общую категорию не прямой коммуникации — коммуникации содержательно осложненной, в которой понимание высказывания включает смыслы, не содержащиеся в собственно высказывании, и требует дополнительных интерпретативных усилий со стороны адресата, поскольку не сводится к простому узнаванию знака. Итоговый смысл высказывания выводится слушающим, и для этого оказывается недостаточно одних правил языка¹¹. Формула не прямой коммуникации — «говорю не то, что говорю»¹². Ситуацию, в которой адресант формирует, а адресат принимает сообщение, в котором рекламный смысл намеренно затушеван, передан имплицитно, назовем не прямой рекламной коммуникацией, а рекламное произведение, в котором на фоне эксплицированной иллюкутивной силы проявляется другая, не прямой (косвенной) рекламой. Таким образом, не прямая коммуникация (в том числе рекламная) предполагает сознательное продуцирование адресантом имплицитных смыслов в расчете на их считывание адресатом.

Цели обращения к косвенным средствам выражения смысла (к не прямой коммуникации) различны: от достижения выразительного эффекта (например, метафоры), соблюдения принятых в социуме норм вежливости (например, косвенные речевые акты) до воздействия на волю и сознание людей, манипулирования (например, приемы, используемые в косвенной рекламе). На тот факт, что не прямая форма подачи информации, наличие скрытых, имплицитных смыслов является одним из важнейших способов прагматического воздействия на адресата, указывали многие исследователи¹³. Отмечалось, что данное воздействие может принимать характер внушения — суггестии (лат. *suggestio* — внушение)¹⁴. Так, Е. Г. Тол-

¹¹ См.: Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры. Саратов, 2000. С. 4, 44.

¹² Там же. С. 25.

¹³ См., например: Арнольд И. В. Импликация как прием построения текста...; Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации : сб. обзоров. М., 1986 и др.

¹⁴ Словарь иностранных слов. М., 1987. С. 478.

кунова рассматривает суггестию как особый вид не прямой коммуникации, латентное вербальное воздействие на адресата, воспринимаемое им без критической оценки¹⁵. «Некритичность» восприятия обусловлена двуплановостью сообщения, его обращенностью одновременно к сознанию и подсознанию. На сознание направлено буквальное содержание, подсознание занято «разгадкой» подтекста¹⁶. Признаком суггестивного текста являются непрозрачность, полисемантизм: наличие множества обладающих прагматической значимостью имплицитных слоев в плане содержания¹⁷. При этом передача ряда коммуникативных смыслов происходит одновременно: по мнению В. В. Дементьева, это один из наиболее существенных признаков не прямой коммуникации, а текст строится так, чтобы при множестве возможных продуцируемых адресатом смыслов не был забыт главный¹⁸. Другой важный признак не прямой коммуникации — семантическая неполнозначность, невозможность адекватной интерпретации вне контекста конкретной ситуации¹⁹. Как отмечает Е. Г. Толкунова, суггестивным может оказаться любой текст, разница заключается лишь в суггестивной силе, зависящей от интенсивности (частоты, количества) суггестем (единиц, являющихся маркерами суггестивности), а следовательно, суггестивность может считаться универсальной прагматической характеристикой текста. Суггестивация осуществляется средствами всех языковых уровней (звуковые повторы; повторы морфем, лексем; ритм; метафоризация и др.). Порождаемое ими имплицитное содержание в совокупности образует рекламную мифологию, программирующую сознание и моделирующую поведение человека²⁰. Помимо отмеченной выше подсознательности процесса декодирования (значение сообщения ориентировано на сознание, «глубинное» содержание обращено к бессознательным установкам), суггестивный потенциал

¹⁵ См.: Толкунова Е. Г. Суггестологическое описание современных русских рекламных текстов. С. 5, 36.

¹⁶ См.: Там же. С. 31.

¹⁷ См.: Там же. С. 55.

¹⁸ См.: Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры. С. 16, 126.

¹⁹ См.: Там же. С. 15.

²⁰ См.: Толкунова Е. Г. Суггестологическое описание... С. 141.

имплицитной информации объясняется многозначностью возможных интерпретаций, нечеткостью продуцируемого адресатом образа, некритичностью выводного знания, его личностным смыслом, поскольку восстановление имплицитного содержания происходит на основе собственной картины мира воспринимающего, в зависимости от его информационных потребностей²¹.

Как же происходит «считывание» имплицитного смысла? Е. В. Ключев отмечает, что декодирование высказывания адресат проводит подсознательно, используя навыки «чтения кода»²², то, что Дж. Р. Серль назвал способностью к умозаклучениям²³. По мнению Ван Дейка, мы понимаем текст только тогда, когда мы понимаем ситуацию, о которой идет речь. Основой интерпретации текста выступают «модели ситуации» (аналог фрейма), которые объясняют, почему дискурс может быть в значительной мере имплицитным, непрямым, неясным или неполным: слушающие в состоянии стратегически активизировать фрагменты моделей, необходимых для понимания дискурса²⁴. Стратегический подход заключается в отборе наиболее значимой в данном контексте и для данных коммуникантов информации²⁵.

Какая информация необходима адресату для понимания сообщения? Имплицитная информация является выводимой, вытекающей из эксплицитно выраженных элементов. Исследователи (Т. А. Ван Дейк, В. В. Дементьев, К. А. Долинин, Дж. Р. Серль) в качестве необходимых компонентов адекватного понимания текста называют: 1) общие фоновые знания, языковые и неязыковые, 2) знание принципов коммуникации (например, принцип кооперации Г. П. Грайса), 3) анализ параметров коммуникативной ситуации, 4) знание эксплицитного содержания высказывания, 5) знание стиля и жанра. Как указывает Ван Дейк, обработка неполной информации идет одновременно на нескольких уровнях и из нескольких

²¹ См.: Толкунова Е. Г. Суггестологическое описание... С. 54—55.

²² Ключев Е. В. Речевая коммуникация. М., 2002. С. 299.

²³ См.: Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты. С. 196—197.

²⁴ См.: Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. С. 276.

²⁵ См.: Караулов Ю. Н., Петров В. В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. С. 10.

источников и организуется в виде базы данных²⁶. Зная закономерные связи между параметрами коммуникативной ситуации и высказыванием, т. е. правила построения текстов в различных условиях общения, адресат «вычисляет» недостающие аргументы²⁷. Если параметры высказывания не согласуются с данными о коммуникативной ситуации, происходит или пересмотр представлений о коммуникативной ситуации, или пересмотр толкования эксплицитного содержания. Поиск скрытого смысла может быть обусловлен преднамеренной аномалией в самом сообщении. Импульсом для поиска подтекста может стать любое реальное или кажущееся отступление от норм речи (лакуны в тексте — импликации факта или импликации логической связи между высказываниями или фактами, несоответствие эксплицитной цели высказывания основным параметрам коммуникативной ситуации — импликация подлинной целенаправленности; и др.). Эффект обманутого ожидания стимулирует поиск подтекста²⁸. Заметим, что аналогичным образом рассматривает механизм имплицирования информации Л. Е. Бирюкова, по мнению которой, имплицирование может производиться двумя способами — пропуском элемента в поверхностной структуре, т. е. созданием смысловой «лакуны», или заменой его каким-либо другим²⁹. Она выделяет два типа маркеров имплицитности в тексте: и н д и к а т о р ы — средства, указывающие на наличие имплицитного содержания (несоответствие, любая необычность, аномалия, нарушение эталона), и и д е н т и ф и к а т о р ы — средства, позволяющие интерпретировать имплицитные смыслы (эксплицитные значения лингвистических единиц, невербальные средства, фоновые знания)³⁰.

Отмеченные выше «отклонения от стандарта совершаются по определенным образцам. Отступая от ролевой или ситуативной нормы, человек строит свое речевое поведение в соответствии

²⁶ См.: Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. С. 273.

²⁷ См.: Долинин К. А. Имплицитное содержание высказывания. С. 41.

²⁸ См.: Там же. С. 42—46.

²⁹ См.: Бирюкова Л. Е. Малоформатные речевые жанры... С. 7.

³⁰ См.: Там же. С. 8.

с нормами какой-то другой роли или ситуации»³¹. Текст не прямой коммуникации, включающий имплицитные смыслы, имеет, по В. В. Дементьеву, семиотическую модель диады (например, вопрос-просьба: Вы можете открыть окно?)³². Члены диады представляют интенциональное состояние говорящего (план означаемого). Означаемое включает основную и дополнительные интенции говорящего, обуславливающие выбор данной формы, а также «программу» ее интерпретации в данных обстоятельствах³³.

Мы рассмотрели общие особенности продуцирования имплицитных смыслов в текстах не прямой коммуникации, особенности их восприятия. Обратимся к рекламному дискурсу.

4.1.2. Непрямая рекламная коммуникация и не прямая (косвенная) реклама

Модель рекламной коммуникации, по мнению В. В. Дементьева, имеет характер не прямого воздействия: высказывания не должны показывать, что покупка желательна для говорящего. Имплицитный же призыв не подвергается прямой оценке. Идея покупки возникает у слушающего как его собственный вывод. Это замечание справедливо для большого корпуса текстов косвенной рекламы, использующих те или иные механизмы не прямой коммуникации. Необходимо вместе с тем отметить наличие прямой рекламы, рекламных обращений, непосредственно выражающих смысл: «Купи!». И хотя, как отмечает О. А. Феофанов, четкая граница между прямой и косвенной рекламой может отсутствовать³⁴, представляется, что можно говорить о следующих рекламных текстах: целиком основанные на прямой коммуникации, целиком основанные на не прямой коммуникации, тексты со взаимодействием данных коммуникативных форм. Уместно в этой связи вспомнить высказанное И. В. Арнольд мнение о том, что в любом тексте

³¹ Долинин К. А. Имплицитное содержание высказывания. С. 45.

³² См.: Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры. С. 16.

³³ См.: Там же. С. 75.

³⁴ См.: Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России. СПб., 2000. С. 70.

наблюдаются две противоположно направленные, но взаимодействующие тенденции: тенденция к усилению эксплицитности, например к повтору, облегчающему понимание и запоминание, и тенденция к имплицитности, суггестивности, компрессии информации, которая также может увеличивать экспрессивность, эмоциональность и эстетическое воздействие³⁵. В рекламе эксплицитный и имплицитный способы подачи информации чаще всего активно взаимодействуют. Вариантом подобного взаимодействия, отмеченным А. Н. Барановым и П. Б. Паршиным, является прагматический механизм подачи нового в качестве уже известного: помещение сведений о предмете рекламы в пресуппозицию высказывания, недоказанное в неявной форме выдается за уже доказанное и известное (*Почему наш комфортабельный спортивный автомобиль делает спортивные автомобили других марок некомфортабельными?*)³⁶. Ниже мы рассмотрим и другие формы подобного взаимодействия.

Таким образом, непрямая рекламная коммуникация моделируется с помощью сообщений особого рода — текстов косвенной рекламы, использующих те или иные механизмы для имплицитной передачи смысла «Купи!». В итоге создаются тексты, содержание которых противоречит принципу информационной безопасности материала. Целью обращения к косвенным средствам выражения смысла (к не прямой коммуникации) в рекламном дискурсе, как правило, является привлечение внимания потребителей и сокрытие прагматической интенции адресанта, сокрытие самого вида массовой коммуникации — затушевывание факта рекламности для оптимизации воздействия на сознание людей и манипулирования. Косвенная реклама имеет множество вариантов. Рассмотрим следующие случаи употребления, приемы создания косвенной рекламы:

- 1) прием когнитивного столкновения;
- 2) вторичные рекламные жанры — маскировка рекламных материалов под нерекламные (публицистические, научные и др.);
- 3) *product placement* — упоминание предмета рекламы в нерекламном произведении.

³⁵ См.: Арнольд И. В. Импликация как прием построения текста... С. 90.

³⁶ См.: Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации... С. 126.

4.1.3. Создание косвенной рекламы

4.1.3.1. Прием когнитивного столкновения

Впервые выделен Э. А. Лазаревой. Суть приема когнитивного столкновения состоит в моделировании в границах одного текста взаимодействия разных типов дискурсов с целью сокрытия авторской интенции для достижения гарантированного воздействия на адресата³⁷. В рекламном дискурсе данный прием реализуется с помощью моделирования ситуаций взаимодействия автора и адресата и моделирования взаимодействия понятийных сфер.

Моделирование ситуации взаимодействия автора и адресата осуществляется путем латентной передачи прагматической информации на фоне эксплицированной информации, лишенной прагматического заряда. Текст становится многоплановым: он содержит две ситуации — явную и скрытую. Рассмотрим, как эти ситуации моделируются в рекламном тексте.

Рекламная ситуация «Купи отличный товар» (и подобные) часто скрывается за ситуациями «нерекламного» характера. Благодаря этому возникает непрямая коммуникация. Так, вместо ситуации продажи автор рекламного текста может смоделировать ситуацию поздравления, т. е. вместо «Купи!» сказать: «Поздравляю!». О том, что поздравление «с подвохом», адресат догадывается благодаря своим фоновым знаниям («Ищи того, кому это выгодно»), сопоставив бескорыстное «поздравление» с упоминанием той или иной торговой организации.

Например, компания «Сладко» в преддверии Нового (2008) года выпустила серию открыток, на лицевой стороне которых находится изображение трех крысят (крыса — символ наступающего года), которое сопровождает надпись: *С Новым годом!* Крысята изображены в празднично украшенной комнате, около большой подарочной коробки. Картинка яркая, красочная. На фоне общей пестроты логотип фирмы «Сладко», размещенный в левом верхнем углу,

³⁷ См. об этом: Лазарева Э. А. Когнитивное столкновение — прием построения текстов современных СМИ // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. Вып. 2. Екатеринбург, 2004. С. 170.

не очень заметен. Создается впечатление, что перед нами обычная поздравительная открытка. Отсутствие прагматического смысла на первый взгляд подтверждает и оборотная сторона, на которой размещен гороскоп. Однако в содержании «пророчеств» навязчиво упоминается продукция фирмы — шоколад, карамель и др. Приведем примеры:

Стрельцы. Количество приглашений на веселые вечеринки пре-
зойдет Вашу способность их посещать. Чтобы не перегореть, вос-
пользуйтесь универсальным рецептом: вместо пресного — сладкое,
вместо каши — что-нибудь воздушное и тающее во рту, на закуску
леденцы... <...> *Водолеи.* Это будет год усиления активности. Водо-
леи почувствуют склонность к научным и аналитическим размыш-
лениям, а также иной интеллектуальной деятельности, а шоколад,
как известно, тонизирует работу мозга...

Подобная необычность гороскопа служит индикатором, указывающим на наличие имплицитного содержания, заставляющим задуматься, искать разгадку (мы помним: эффект обманутого ожидания стимулирует поиск подтекста). А идентификаторами, позволяющими интерпретировать имплицитный смысл «Купи», служат фоновые знания и знания параметров коммуникативной ситуации, опираясь на которые, мы анализируем эксплицитные значения лексических единиц. Такой анализ сообщений на лицевой и оборотной сторонах выявляет несоответствие эксплицитной иллюстрации высказывания основным параметрам коммуникативной ситуации, что является признаком импликации подлинной целенаправленности. Адресат приходит к выводу, что автор текста моделирует не-прямую коммуникацию — «говорит не то, что говорит». Целью адресанта является не поздравление с праздником и не ознакомление читателя с «пророчествами». Поздравление и гороскоп призваны привлечь внимание адресата и расположить его к благосклонному восприятию коммерческой информации — продвижению кондитерских изделий фирмы «Сладко», передача которой и является истинной целью сообщения.

Маркерами нарушения принципа информационной безопасности материала — содержательными сигналами рекламности —

в данном случае являются тема рекламного произведения (диада: новогодний гороскоп — продукция «Сладко»), основная мысль (Поздравляем с Новым годом! — Покупайте кондитерские изделия фирмы «Сладко»), аргументация в пользу покупки (продукция «Сладко» помогает в различных житейских ситуациях), поданные в соответствии с рекламными максимами навязчивости и неповторимой привлекательности. Формальными сигналами рекламности служат яркость, броскость, креолизация текста.

В рекламном дискурсе для создания не прямой (косвенной) коммуникации используется моделирование следующих коммуникативных ситуаций взаимодействия автора и адресата: ситуация «Получи товар бесплатно», «Получи подарок»; ситуация «Получи скидку!»; ситуация «Прими поздравление»; ситуация-анонс «Презентация значимого события»; ситуация «Получи полезную/интересную информацию»; ситуация «Измени мир к лучшему/изменись к лучшему»; ситуация «Участвуй в конкурсе» (рис. 1)³⁸.

В результате моделирования «нерекламных» ситуаций коммуникативная рамка рекламного дискурса трансформируется, меняются взаимоотношения участников рекламной коммуникации: вместо антагонистического общения «назойливого продавца» и «потенциального потребителя» создается впечатление конструктивного, даже дружеского общения.

Кроме заявленных ситуаций, существуют их гибридные формы. Например, рассмотренный выше текст «поздравления» с Новым годом одновременно моделирует две ситуации: «Прими поздравление» и «Получи полезную/интересную информацию» (в данном случае — гороскоп).

Перечень ситуаций можно продолжить. Приведем в качестве примера текст, моделирующий игровую ситуацию «Найди отличие» (Деревянные дома, 2008, № 1). Визуальный компонент креолизованного рекламного объявления — крупное изображение двух домов, снабженное подписями: *Финский «финский дом»* и *Наш «финский*

³⁸ Об анализе ситуаций рекламного характера см.: Булатова Э. В. К вопросу о манипулятивных приемах печатной рекламы // Изв. Урал. ун-та. 2006. № 40. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. Вып. 19. Екатеринбург, 2006. С. 176—183.

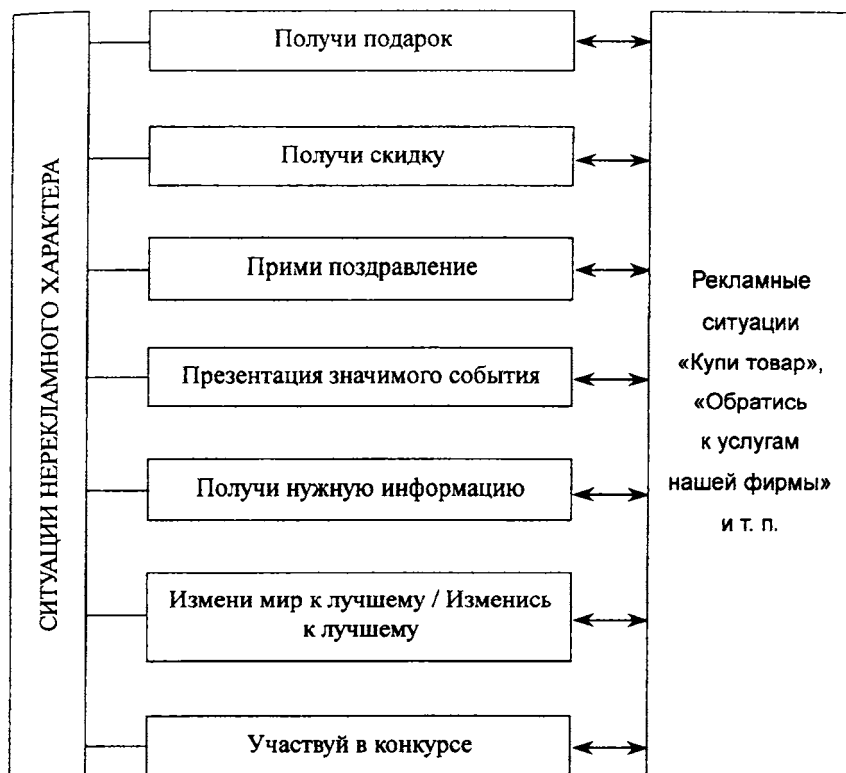


Рис. 1. Схема непрямой коммуникации в рекламном дискурсе (моделирование ситуации взаимодействия автора и адресата)

дом». Заголовок (сильная позиция текста, контрастный крупный шрифт) — *Найди одно отличие!* — заставляет воспринимать материал как своего рода развлекательный тест на внимательность. Включившись в игру, читатель начинает сопоставлять картинки, искать заявленное отличие. Убедившись, что внешне изображенные дома идентичны, на что указывает и перечень характеристик, размещенный между картинками (*такие же материалы, такие же технологии, такие же проекты, такое же качество, такой же сервис*), читатель задается вопросом, в чем же заключается отличие. Под правой картинкой дана подсказка: *Меньшая цена*. В нижней

части рекламного объявления указан предмет рекламы: *Российские дома из клеёного бруса. Собственный завод в Подмоскowie. Производство, продажа, сборка. По финской технологии.* Здесь же расположены адресный блок и логотип компании-производителя.

Необходимо отметить, что в данном тексте важную функцию выполняет шрифт. Вся вербальная часть объявления, кроме заголовка, набрана мелким шрифтом, и читатель не сразу обращает на нее внимание, не сразу опознает дискурс. Подчеркивание игрового компонента позволяет адресанту завуалировать рекламный характер материала. Кроме того, игровой компонент выполняет функцию оригинально поданного аргументативного блока: картинки наглядно показывают, что «наши» дома ничем не уступают «финским», да еще и стоят меньше. Цель автора — привлечение внимания к рекламному объявлению за счет сокрытия рекламной направленности материала и создание благоприятного впечатления о предмете рекламы — достигнута.

Моделирование ситуации взаимодействия автора и адресата служит примером использования приема когнитивного столкновения в коммуникативном аспекте. В когнитивном аспекте данный материал представляет собой пример взаимодействия двух слотов (компонентов) — «Информирование» и «Рекламирование» — фрейма «Средства массовой коммуникации» субсферы «Социум»³⁹. Покажем это взаимодействие (рис. 2).

Две ситуации — нерекламная и рекламная, явная и скрытая — соответствуют двум слотам — «Информирование» и «Рекламирование», которые последовательно активируются и взаимодействуют при «расшифровке» текста. Функция слота «Информирование» — маскировка слота «Рекламирование».

Этот самый общий принцип взаимодействия понятийных областей свойствен всем текстам косвенной рекламы и является для них определяющим, формирующим данный вид дискурса. Кроме того, в текстах мы можем встретить и другие — частные — случаи взаимодействия понятийных сфер. Рассмотрим их.

³⁹ О выделении субсфер см.: Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исслед. полит. метафоры (1991—2000). Екатеринбург, 2001.



Рис. 2. Схема взаимодействия понятийных областей косвенной рекламы

Моделирование взаимодействия понятийных сфер в рекламном дискурсе в лингвистическом аспекте осуществляется «с использованием в произведении слов, относящихся к разным когнитивным областям, не связанным друг с другом в реальности, и, самое главное, в рекламном дискурсе не существует никаких “мостиков” (разрядка наша. — Э. Б.), связывающих эти разнородные средства»⁴⁰. Приведем в качестве примера креолизированный текст, рекламирующий мебель (наружная щитовая реклама, март 2008). Вербальный компонент (*Новое звучание классики. Himolla. Мягкая мебель Германии*) дополнен визуальным — изображением дивана и стоящего перед ним дирижера, взмахивающего палочкой. В едином текстовом пространстве оказались объединены такие далеко не связанные между собой в действительности сферы, как музыка и мебель.

В подобных рекламных сообщениях используется один из принципов имплицирования информации — создание лакуны в тексте с помощью импликации логической связи между высказываниями или фактами. Воспринимая элемент, находящийся в сильной пози-

⁴⁰ Лазарева Э. А. Стилистика рекламы. С. 125.

ции, читатель прогнозирует дальнейшее развертывание текста. Эффект обманутого ожидания стимулирует поиск подтекста. В данном случае имплицуруется (затушевывается, подается в слабой позиции текста) мотивационное звено — база совмещения когнитивных сфер, основание их взаимодействия. В результате мотивационная связь между соположенными предметами чаще всего зыбкая, неопределенная. Круг фактов, которые могут входить в мотивационное поле, обширен. Восприятие рекламы, использующей прием когнитивного столкновения, сродни получению выводного знания, механизм которого примерно такой: если предметы рекламы *X* и *Y* объединены в границах одного текста, значит, между ними есть что-то общее. Что именно? Поиск ответов на подобный вопрос приводит адресата к возможным вариантам ответов. Вариантов может быть несколько, так как текст допускает несколько интерпретаций и, как следствие, является суггестивным. Кроме того, наличие вариантов интерпретации обусловлено различием, существующим между индивидуальными картинками мира воспринимающих. Каждый полученный ответ будет личностно значимым, поскольку базируется на индивидуальной когнитивной сфере адресата. В этом — еще один секрет воздействующей силы приема когнитивного столкновения.

Если воспользоваться терминами когнитивной лингвистики, взаимодействие когнитивных сфер, межфреймовое взаимодействие в рекламе можно представить следующим образом: то, что раньше входило в разные фреймы⁴¹, теперь объединено в один и связано отношениями тождества, включения, пересечения. Основанием объединения служат общие законы человеческого восприятия⁴².

В настоящее время выработаны подробные методики анализа концепта, одной из разновидностей которого является фрейм, но

⁴¹ Мы используем понятие *фрейма* для обозначения семантического поля, понятийной (когнитивной) сферы, концептуальной области. Данные термины используются как синонимы (см., в частности: *Филлмор Ч.* Фреймы и семантика понимания // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. М., 1988.

⁴² Об особенностях восприятия см.: *Краско Т. И.* Психология рекламы. Харьков, 2004.

в общем виде они были сформулированы еще Ч. Дж. Филлмором⁴³. Анализ текста с позиций фреймовой семантики предполагает ответ на вопрос, какие фреймы активируются или могут быть активированы текстом, какие оценки приписаны их слотам, каковы функции фрейма в рассматриваемом окружении⁴⁴. С учетом специфики нашего подхода методика анализа включает следующие компоненты:

- 1) соположенные, пересекающиеся в рекламном тексте понятийные сферы (фреймы);
- 2) мотивационное звено (основание пересечения, база совмещения сфер);
- 3) функция пересечения, роль в восприятии.

Рассмотрим, какие сферы взаимодействуют в рекламном дискурсе. Примем в качестве исходного положения тот факт, что мир рекламы — мир материальных предметов, т. е. рекламируются, по классификации А. П. Чудинова, артефакты⁴⁵. Для характеристики объектов понятийной сферы «Артефакт», для побуждения к покупке задействованы все существующие понятийные сферы: «Человек», «Социум», «Природа», «Артефакты». Покажем их взаимодействие на примере пересечения субсфер «Артефакты» и «Человек», поскольку к последней для характеристики предмета рекламы копирайтер обращается чаще всего⁴⁶. Учитывая креолизованный характер большинства воздействующих рекламных обращений, мы дадим описание и вербального, и визуального рядов. Проследим, к каким потребностям апеллирует реклама. Потребность и является явным (обозначенным) или скрытым мотивационным звеном.

Субсфера «Человек», фрейм «Чувства», слот «Любовь». Обращаясь к данной сфере, реклама апеллирует к потребности любить и быть любимым. Слова «любовь», «любить» встречаются очень часто. Причем имеется в виду не склонность к определенным

⁴³ См.: Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания.

⁴⁴ Там же. С. 66—67.

⁴⁵ См.: Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале. С. 51.

⁴⁶ Анализ других субсфер см.: Лазарева Э. А., Булатова Э. В., Волчкова И. М. и др. Политический и рекламный дискурс и его влияние на социум / отв. ред. Э. А. Лазарева. Екатеринбург, 2005.

действиям, связанным с предметом рекламы (*Любишь кататься на велосипеде — покупай велосипед*), а любовь человека к человеку. Любовь реализуется, проявляется с помощью предмета рекламы, который ценен не сам по себе, ценна возможность с его помощью проявить чувства. Нас призывают «доказать любовь на деле», купив пластиковую карту ВУЗ-банка («Я покупаю», 2002, март), «не изменять любимому» и купить кофе определенной марки (реклама «Nescafe». «BURDA мини», 2002, ноябрь), предлагают получить «больше места для чувств», подключившись к «Мегафон» («Профиль», 2002, октябрь) и т. д. Во всех случаях сталкиваются сфера коммерции и сфера внутреннего мира человека. База совмещения когнитивных сфер (мотивационное звено, основание пересечения) может быть выражена более или менее явно. Рассмотрим эти случаи.

1. Мотивационное звено становится очевидным благодаря пояснениям в тексте. Коммерческое предложение вербализовано.

Приведем в качестве примера текст, рекламирующий мебель. Заголовок: «Морщинки тоже сексуальны». Фото: диван оригинального дизайна, ткань не гладкая, а со складочками. Около дивана привлекательная женщина средних лет. Под фотоизображением расположен текст:

Среди нас немало тех, которые придают индивидуальности и притягательности больше значения, чем гладкому лицу. Так бывает и с мебелью. Например, «Togo», ставший сегодня классическим образцом, но совершивший 20 лет назад небольшую дизайн-революцию благодаря Мишелю Дюкаруа, сохранил до сегодняшнего дня приятные для тела формы, приглашающие насладиться отдыхом, жизнью, ничегонеделанием. Одним словом, просто комфортабельно! А способствуют этому 26 изощренно комбинированных деталей из новых материалов и 1001 вариант различной обивки. Еще больше о «Togo» Вы можете узнать в специализированных магазинах «Ligne Roset» или из нашего фирменного каталога по адресу...

Заголовок и первая фраза рождают ощущение, что речь пойдет о человеческой внешности, об особой привлекательности людей среднего возраста. Речевые средства, формирующие данную сферу: *морщинки, сексуальный, индивидуальность, притягательность,*

гладкое лицо. Однако далее эта когнитивная область сталкивается с другой — с областью артефактов, предметов обстановки, сферой продаж: *мебель, комбинированные детали, новые материалы, варианты обивки, специализированные магазины*. Благодаря эффекту обманутого ожидания становится понятно, что в тексте говорится не о внешности человека, а о дизайне мебели. Базой совмещения двух ментальных пространств становится тема сексуальной притягательности. Предмет рекламы — диван — олицетворяется, наделяется именем («Того»). Сообщается, что он за 20 лет продаж *сохранил приятные формы*, позволяющие насладиться отдыхом, жизнью, ничегонеделанием. Складки на диване могут быть так же притягательны, как морщинки на любимом лице.

2. Мотивационная связь между соположенными сферами зыбкая, неопределенная. Мотивационное звено домысливает читатель.

Приведем в качестве примера тексты, содержание которых активизирует фрейм «Свойства человеческого организма», слот «Свобода».

Данные тексты обращаются к внутренней, личностной потребности самореализации — свободе творчества, самовыражения. Реклама обещает, что предмет рекламы обеспечит свободу самовыражения. Так, реклама парфюмерных средств утверждает: *Все в твоих руках!* (реклама туалетной воды «Soty»), *Все в моих руках* (реклама духов «Hugo Boss»), *Жизнь прекрасна, когда творишь ее сам* (реклама духов «Guerlain»), *Я лидер. Свобода — мой мир* (реклама духов «E. Arden»); призывает: *Твори сам. Не подражай* (реклама туалетной воды «Hugo Boss»), *Слушай свое сердце. Дай свободу душе* (реклама духов «Zen»). Данные утверждения являются подписью к фотоизображениям привлекательных юношей и девушек, ассоциировать себя с которыми должен потенциальный потребитель. По логике рекламы, окутав себя ароматом духов, последний обретет возжеланную свободу самовыражения.

Та же когнитивная сфера участвует в построении текстов, рекламирующих шоколад: *Делай то, что тебе нравится, вместе с шоколадом ВИСПА*, газированный напиток «Sprite»: *Просто будь собой! Не дай себе засохнуть!*, одежду «Bogner»: *Время быть собой, обувь*

«Ессо»: *Кто сказал, что люди не летают?* Во многих случаях какие бы то ни было пояснения отсутствуют. Объявление представляет собой фотографию и подпись к ней. Мотивационное звено — базу совмещения понятийных сфер — домысливает сам читатель.

Кроме свободы самовыражения, реклама обещает свободу от груза повседневных забот. Приведем в качестве примера рекламе продуктов легкого приготовления «Дарья», представляющую собой фотоизображение веселой резвящейся девочки. Подпись гласит: *Ощути себя свободным.*

Итак, в результате взаимодействия когнитивных областей предмет рекламы, относящийся к субсфере «Артефакты», приобретает признаки объектов субсферы «Человек»: он становится пропуском в мир чувств, делает нас счастливыми и свободными, позволяет нам реализовать свой творческий потенциал.

Моделирование взаимодействия понятийных сфер в рекламном дискурсе может сопровождаться моделированием ситуации взаимодействия автора и адресата. Обратимся к рекламе туалетной воды «Hugo Boss», в которой, помимо отмеченного соотношения понятийных сфер «Человек» и «Артефакты», необходимо выделить диаду «Изменись к лучшему — купи товар».

Объявление предельно лаконично. Вербальный ряд *Твори сам. Не подражай* сопровождает фотография молодого человека. В правом нижнем углу — флакон духов. Авторская интенция выражается открыто, с помощью формы повелительного наклонения. Речь идет как будто бы о свободе самовыражения. Призывы совершить покупку отсутствуют. Однако созданная в тексте ситуация «изменись к лучшему» не соответствует истинной цели адресанта рекламы — продать заявленный товар. Прямой императивный смысл текста (*Твори!*) имплицитно означает «купи». Маркерами нарушения принципа информационной безопасности материала — формальными сигналами «рекламность» — являются: 1) модульная форма подачи информации (рекламный модуль), 2) яркость, броскость, 3) особый характер подачи материала: креолизация текста, использование иконических знаков, 4) использование особого шрифта. Содержательные сигналы в данном случае не выражены, за исключением невербального обозначения темы (изображение предмета рекламы — флакона духов).

4.1.3.2. Вторичные рекламные жанры

Жанровая форма произведения может не отвечать требованиям информационной безопасности материала в том случае, когда с ее помощью копирайтер пытается завуалировать рекламную направленность материала (непрямая коммуникация, косвенная реклама). Обратимся к рассмотрению этого явления.

Текстам одного жанра свойственно тематическое, композиционное и стилистическое единство (каждая жанровая форма предполагает типичные содержание, структуру и языковое оформление текста). Адресант, отдавая предпочтение той или иной жанровой форме, тем самым готовит читателя к восприятию этого типичного содержания. Выбор жанра сигнализирует и об авторской интенции. Например, заметка информирует о фактах, статья поднимает общественную проблему, приглашает к размышлению, дискуссии. Если ожидания читателя оправдываются, если текст отвечает представлению о типичном тексте данного жанра, налицо **п р я м о е** использование жанровой формы, отвечающее канону, представлению о стандарте, согласующееся с существующим («каноническим») жанровым фреймом. Однако в целях сокрытия интенции и/или усиления эстетического/прагматического воздействия (цели, как правило, взаимосвязанные) автор может прибегнуть к трансформации жанровой формы высказывания. Как отмечает В. В. Дементьев, происходит переакцентуация — несобственное употребление существующего жанра или создание нового жанра, происходящие при смене сферы употребления/стиля⁴⁷. Таким образом, жанр одного функционального стиля используется для создания текста другого стиля. В результате образуются жанровые формы, которые мы, вслед за Дементьевым, называем **в т о р и ч н ы м и** жанрами⁴⁸. По мнению В. В. Дементьева, вторичные жанры включаются в полевую

⁴⁷ См.: Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры. С. 169—170.

⁴⁸ Необходимо заметить, что термин «вторичный жанр» может иметь и другое значение. Например, М. М. Бахтин использует его для обозначения сложных, преимущественно письменных — литературных, научных, публицистических — речевых жанров, противопоставленных первичным — простым, сложившимся в условиях непосредственного речевого общения (Бахтин М. М. Автор и герой : к философским основам гуманитарных наук. СПб., 2000. С. 250—254).

структуру исходного жанра и являются источником не прямой коммуникации. (Сигналы типичной жанровой формы активизируют привычную фреймовую модель, и лишь при более детальном восприятии становится очевидна принадлежность текста к иному жанровому фрейму. Исходная жанровая форма, скрывая авторскую интенцию, «обогащает» содержание дополнительными смыслами.) Суть не прямой коммуникации исследователь видит в использовании средств, не свойственных исходному жанру⁴⁹. Представляется, что и содержание, и структура вторичного жанра не отвечают представлению о типичном («первичном») жанре. По В. В. Дементьеву, адресант прибегает к косвенному жанру «в силу невозможности называть истинную цель своих коммуникативных действий»⁵⁰. Добавим: или нежелания. Таким образом, косвенная жанровая форма всегда предполагает сокрытие (имплицирование) некоторой информации. По мнению В. В. Дементьева, существует целый ряд жанров, в которых истинную цель общения не просто не принято называть вслух, но нужно именно скрывать. Такие жанры всегда предполагают единственную интерпретацию («Говорю одно, имею в виду другое, и при этом знаю, что именно»)⁵¹. К подобным жанрам В. В. Дементьев относит жанры фатической коммуникации (например, флирт, иронию, розыгрыш), а также жанры рекламной сферы.

Жанровый состав рекламы неоднороден. Можно выделить основной (исходный), первичный рекламный жанр — объявление⁵² и ряд вторичных, периферийных рекламных жанров: рекламная статья, рекламная заметка, рекламный репортаж, рекламное интервью, рекламное эссе и др. Нарушение принципов информационной безопасности материала на жанровом уровне покажем на примере рекламной рецензии⁵³. Вначале

⁴⁹ См.: Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры. С. 169—170.

⁵⁰ Там же. С. 155.

⁵¹ Там же. С. 175.

⁵² См., например: Розенталь Д. Э., Кохтев Н. Н. Язык рекламных текстов. М., 1981; Ученова В. В., Шомова С. А., Гринберг Т. Э. и др. Реклама: палитра жанров. М., 2000.

⁵³ Анализ других вторичных рекламных жанров см.: Лазарева Э. А., Булатова Э. В., Волчкова И. М. и др. Политический и рекламный дискурс... 2005; Була-

отметим общие признаки исходного жанра, затем проследим их трансформацию в условиях рекламной коммуникации.

Рецензия (от лат. *recensio* — рассмотрение) — отзыв, разбор и оценка нового художественного, научного или научно-популярного произведения; жанр критики литературной и газетно-журнальной публицистики⁵⁴. Рецензия — это текст о тексте, вторичный текст, появившийся в результате того, что его автор представил читателю свою интерпретацию первичного текста — художественного, научного, публицистического произведения⁵⁵. Автор рецензии, обращаясь к читателю, не только истолковывает ему произведение, но и вовлекает в живой процесс совместного осмысления прочитанного (увиденного), дает возможность заново пережить художественные впечатления — на новом уровне понимания⁵⁶.

Рецензия не имеет языковых жанрообразующих признаков и выделяется по содержательным признакам: она имеет строго заданный предмет речи (произведение искусства, науки, публицистики) и направление его анализа (идея произведения, способы ее выражения, актуальность, значимость предмета речи в современных условиях)⁵⁷. В исследовательской литературе подчеркивается ее критический характер. Так, А. А. Тертычный указывает, что основу жанра составляет отзыв, как правило — критический. Рецензия должна преследовать важную цель — рассказать аудитории о том, что заслуживает ее внимания, и о том, что внимания недостойно. Основу рецензии составляет анализ, поэтому необходимо, чтобы он был всесторонним, объективным⁵⁸. Автор должен дать оценку сильных и слабых сторон произведения. Критика должна быть до-

това Э. В., Лазарева Э. А. Обогащение жанрового потенциала дискурса как способ моделирования не прямой рекламной коммуникации // Сопоставительная лингвистика : бюл. Ин-та иностр. яз. Т. 6. Екатеринбург, 2006. С. 62—69.

⁵⁴ См.: Литературоведческий энциклопедический словарь. М., 1987. С. 322.

⁵⁵ См.: Майданова Л. М., Калганова С. О. Практическая стилистика жанров СМИ : учеб. пособие. Екатеринбург, 2006. С. 105.

⁵⁶ Литературоведческий энциклопедический словарь. С. 170.

⁵⁷ См. об этом: Майданова Л. М. Очерки по практической стилистике : для студентов-журналистов. Свердловск, 1987. С. 172.

⁵⁸ См.: Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие. М., 2002. С. 14—142.

казательной и убедительной. Кроме логической аргументации (объяснение причин и следствий), автор рецензии представляет в качестве аргумента первичный текст, а также использует аргументы «к авторитету»⁵⁹. Вместе с тем необходимо отметить, что рецензии, как указывают Л. М. Майданова и С. О. Калганова, различаются по степени глубины и разработанности логической схемы. Выделяют аналитические рецензии, рецензии-мнения и рецензии-впечатления. Последние не предполагают рационального анализа, интерпретации. Это впечатления, переживания, облеченные в слова⁶⁰. Соответственно и критическое начало в тексте рецензии может быть выражено более или менее явно.

Посмотрим, насколько соответствует данным признакам текст, размещенный в рубрике «Театры. Гастроли» журнала «Ваш досуг в Екатеринбурге» (2007, февраль).

ПОДХОДИ, НЕ СКУПИСЬ, ПОКУПАЙ ЖИВОПИСЬ

Утверждение о том, что искусство — это нечто «разумное, доброе, вечное» — мало кто рискнет оспорить. Но кто сказал, что искусство обязательно должно быть серьезным и чопорным? Смешным оно тоже бывает!

В переводе на русский язык слово *Art* означает «искусство». Именно так звучит название спектакля, с которым в Екатеринбург приезжают три замечательных актера — Игорь Костолевский (которого уже очень давно не было в нашем городе), Михаил Янушкевич и Михаил Филиппов. Это действительно забавная история о давней дружбе трех друзей, которая внезапно оказалась под угрозой из-за сущей нелепицы. Один герой купил картину модного художника, о которой давно, как выяснилось, мечтал другой. Вот такая она — «непотопляемая» мужская дружба!

По ходу действия оказывается, что между друзьями за долгие годы накопилось множество мелких обид, которые потихонечку подтачивали этот оплот. Ну и, конечно же, не обошлось без интриги, связанной с женщиной! Кстати, по Фрейду, полотно, на котором

⁵⁹ См.: Майданова Л. М., Калганова С. О. Практическая стилистика жанров СМИ. С. 108—111.

⁶⁰ См.: Там же. С. 108.

собственно и нарисована картина, сублимирует женское начало, к которому тянутся все трое (каждый по-разному).

Красивая и талантливая

Спектакль «Арт» поставлен по пьесе французской писательницы Ясмине Реза. На сегодняшний день она считается одним из ведущих драматургов Франции. Для того, чтобы добиться признания, ей не пришлось годами придумывать сюжеты и обходить с ними издательства. Первая же пьеса Ясмине — «Разговоры после погребения» — получила престижную премию Мольера. А дальше награды шли одна за другой: премия Лоуренса Оливье (Англия), международная премия «За лучшую комедию года», литературная премия «Welt» за 2005 год, вручаемая консервативной немецкой газетой «Die Welt». Ее пьесы ставят во всем мире, многие... переведены на 35 языков и входят в репертуар самых именитых театров. Что же касается спектакля «Арт», он стал настоящим событием в театральном мире. Достаточно сказать, что на премьере присутствовал сам Жак Ширак, президент Франции! После просмотра он отправил Ясмине письмо, в котором обещал любую поддержку, так его восхитил талант мадам Реза!

После премьеры в Париже спектакль «Арт» вывозили на гастроли по всей Франции, в Бельгию и Швейцарию. В различных составах «Арт» играли Пьер Ардитти и Жан-Луи Трентиньян. Участвовал в проекте и россиянин Олег Меншиков. В течение нескольких следующих лет «Арт» ставили в США, Германии, Англии, Израиле и Аргентине. А в мае 1997 года спектакль добрался и до российской театральной сцены. Первыми спектакль увидели зрители столицы, где премьеру посетили многие знаменитости. А теперь «Арт» приезжает и в столицу Урала!

Звездный состав

В российской постановке знаменитого спектакля участвует мужское трио: Игорь Костолевский, Михаил Янушкевич, Михаил Филиппов. Костолевскому, кстати, не привыкать играть в постановках зарубежных авторов. Например, для участия в «Оресте» Эсхила — международном проекте швейцарского режиссера Франсуа Роша — Костолевскому пришлось играть на французском и норвежском языках, репетировать по-английски в труппе, где вместе с русскими играли американцы, норвежцы, швейцарцы и французы. В этом спектакле Игорю Костолевскому досталась роль инженера Марка,

Михаил Янушкевич играет дерматолога — любителя абстракционизма, А Михаил Филиппов продает канцтовары и пытается примирить бывших друзей. Спектакль начинается с их разговора о произведениях искусства, затем он переходит в сферу человеческих взаимоотношений — в «некий массовый психоаналитический сеанс». В финале герои все-таки забывают о разногласиях и решают, что никакая картина не стоит старой, проверенной временем дружбы! Ведь, как сказал знаменитый итальянский драматург Карло Гольдони, «дружба — это священнейший закон мира, его вдохновляет сама Природа. Она правит целой Вселенной, и если ее нарушить или разрушить, тогда наступает царство хаоса». 27 февраля. 19.00. Дворец молодежи. Билеты: 300—1200 р.

Текст сопровождают фотографии актеров и драматурга.

Рецензия лишена критического начала. Материал носит ярко выраженный хвалебный характер. Всесторонний объективный анализ спектакля отсутствует. Собственно говоря, анализа первичного текста нет вовсе. Автор рецензии кратко передает содержание спектакля, затем переходит к аргументации в пользу его посещения. Причем аргументация, довольно однобокая, не затрагивает сути произведения и сводится к следующему: 1) «красивый и талантливый» автор, «один из ведущих драматургов Франции», получил много наград (за другие работы), 2) в спектакле были заняты «знаменитые», «замечательные» актеры, 3) «знаменитый» спектакль ставили во всем мире, премьеру «посетили многие знаменитости». Единственная характеристика, которую можно отнести непосредственно к самой постановке, «действительно забавная история». Отметим, что часть информации (например, рассказ о том, что актеру Игорю Костолевскому приходилось в зарубежных постановках играть на иностранных языках) является лишней, не относящейся к делу. Рецензия насыщена оценочными компонентами, оценки исключительно положительные: *замечательный, знаменитый, талантливый, престижный, именитый, звездный* и т. д. Еще одной особенностью материала является использование характерного для рекламного дискурса принципа повторения предмета рекламы (спектакль) в виде рекламного объявления — афиши на другой странице журнала (заметим, что к аналогичному приему прибегают авторы рекламных заметок газеты «Ва-Банкъ»). Таким образом, перед

нами материал, который, имея ярко выраженный рекламный характер, «притворяется» рецензией, вводя читателя в заблуждение, что противоречит принципам информационной безопасности. Цель автора публикации — стимулировать продажу билетов на спектакль, а не дать его объективный анализ (аналитическая рецензия) или поделиться впечатлениями от просмотра (рецензия-впечатление).

По такому же принципу строятся и другие рецензии в журнале «Ваш досуг» (см., например, материалы «Боевое искусство, Тарзан и женская компания на сцене ТЮЗа», «“Персидская сирень” — первый цветок весны», «Нюра Чапай — настоящий полковник»). Во всех случаях копирайтеры в качестве аргументов в пользу покупки билетов представляют актеров (с характерными подзаголовками: *Юное дарование сцены*, *Все грани таланта* и др.) и перечисляют награды, полученные авторами спектаклей (*Драматург и награда*, *Красивая и талантливая*). Рекламные рецензии подкреплены объявлениями-афишами на других страницах журнала.

Маркерами нарушения принципа информационной безопасности материала — сигналами «рекламность» во вторичных рекламных жанрах — являются утилитарная оценочность, семантика восхваления, креолизация текста, использование структурных элементов, не свойственных публицистическим жанрам (например, адресный блок), примечание «На правах рекламы» и др.

4.1.3.3. Практики Product placement:

манипуляция с нетрадиционными формами продвижения товаров и услуг

Product placement (далее — РР) — относительно новая для России практика продвижения предмета рекламы⁶¹ «с использованием нетрадиционных носителей и нетрадиционных форм демонстрации рекламной информации»⁶². «Нетрадиционными носителями» в данном случае выступают кинофильмы, телевизион-

⁶¹ Вопрос о том, считать ли практики *product placement* формой рекламы, является дискуссионным. Закон о рекламе 2006 г. утверждает, что не является. — *Прим. науч. ред.*

⁶² Майклсон В., Кутилов В. Л. Место product placement в брендинговой политике компании // Бренд-менеджмент. 2006. № 1. С. 47.

ные сериалы и программы, пресса и художественная литература, компьютерные игры и другие произведения нерекламного характера. А под «нетрадиционными формами демонстрации» понимается упоминание торговой марки или иного предмета продвижения на рынке в поле нерекламной информации, произведенное так, чтобы он был гарантированно замечен адресатом и при этом не вызывал раздражения.

Существует большое количество классификаций РР, произведенных по разным основаниям. Так, П. А. Киселева рассматривает следующие типы РР в литературных произведениях: упоминание товара в отрывке произведения, сюжет на основе товара, изображение товара на обложке, изображение логотипа на обложке, использование товара в названии книги, сериал (сюжеты о товаре в нескольких произведениях одного автора), персонаж (введение дополнительного персонажа, который ассоциируется с товаром)⁶³. А. Н. Андреева и А. Ю. Овчинникова классифицируют виды РР по степени интеграции с сюжетом: фоновый РР (размещение продукта в качестве фона в какой-либо сцене), сценический РР (продукт активно демонстрируется в определенной сцене), доминантный РР (продукт не только показывается, но и активно используется героем фильма), тотальный РР (вокруг продукта выстраиваются эпизоды)⁶⁴. Однако чаще всего речь идет о следующих видах РР: 1) визуальный (демонстрация продукта или логотипа фирмы); 2) вербальный (словесное обозначение предмета рекламы); 3) вербально-визуальный (предмет рекламы демонстрируется и называется); 4) кинестетический, в ряде классификаций — динамический (демонстрация свойства продукта или услуги; предмет рекламы вплетается в сюжет, включается в какое-то действие).

В маркетинговой литературе перечисляются достоинства РР (эффективность, длительность воздействия, экономичность, воз-

⁶³ См.: Киселева П. А. Product placement в литературных произведениях как новый эффективный способ донесения информации до целевых аудиторий // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2004. № 3. С. 41.

⁶⁴ См.: Андреева А. Н., Овчинникова А. Ю. Product placement для люксовых брендов: контент-анализ эффективности размещений в мировом кинематографе (1995—2005) // Бренд-менеджмент. 2007. № 4. С. 213.

возможность продвижения товаров, реклама которых законодательно запрещена) и недостатки (медленность отдачи от рекламы, непредсказуемость результата, который зависит от успеха фильма/книги). И если последние значимы только для рекламистов и их клиентов, то первые имеют огромное значение для широкой аудитории «потенциальных потребителей» — тех, кто смотрит фильм или читает книгу, поскольку именно в достоинствах РР заложены механизмы его влияния на общество. Рассмотрим «преимущества» РР с точки зрения соблюдения принципа информационной безопасности материала.

• Под эффективностью подразумевается в первую очередь возможность избежания «рекламного фильтра» (отказ воспринимать рекламу: переключение каналов с рекламой, пролистывание страниц, содержащих рекламные объявления). Интересные фильм/книга/игра воспринимаются на одном дыхании, вместе с коммерческим сообщением, «спрятанным» в сюжет; причем к рекламному сообщению, даже опознав его, зритель относится более лояльно. Немаловажен и тот факт, что РР позволяет соотнести предмет рекламы с определенным стилем жизни благодаря привлекательному персонажу или контексту. РР обращен к подсознанию. Его цель — «создание подсознательной ассоциации бренда с героем или сюжетом художественного произведения»⁶⁵. Если товаром пользуется положительный герой, высока вероятность копирования данного примера целевой аудиторией. Как отмечает Е. Грекаскина, поклонникам звезд кино хочется быть похожими на своих кумиров и иметь такие же часы или очки, какие носят герои блокбастеров. Популярны актеры редко снимаются в рекламе, и поэтому у потребителя не возникает впечатление, что ему хотят продать товар. Это позитивное восприятие — главное достоинство РР⁶⁶. Особенно «небезопасно» размещение РР в кульминационных моментах, которые заставляют адресата быть особенно внимательным. Бренды

⁶⁵ Андреева А. Н., Овчинникова А. Ю. Product placement для люксовых брендов. С. 212.

⁶⁶ См.: Грекаскина Е. Product placement: вот такое кино! // Рекламные технологии. 2003. № 2. С. 17.

становятся частью запомнившейся картинки благодаря действию психофизиологического механизма импринтинга (англ. *imprinting* — запечатление): самый яркий эпизод словно отпечатывается в сознании воспринимающего⁶⁷. По мнению Е. В. Закаблукковского и В. С. Шевцова, РР работает гораздо лучше, чем реклама, потому что механизм его действия многоуровневый: человек вспоминает книгу, фильм и те чувства, которые он испытал при чтении или просмотре⁶⁸.

- Длительность воздействия рекламного сообщения определяется тем обстоятельством, что к интересным книгам и играм адресат возвращается вновь и вновь.

К каким последствиям приводит возможность продвижения методами РР товаров, реклама которых законодательно запрещена (алкоголь, сигареты), свидетельствуют данные, приведенные Н. Кондратьевой: «После просмотра фильмов с использованием табачного РР молодежь в 2,5 раза чаще начинает курить. По мнению социологов, ребята думают, что курить модно. Фильмы с рекламой сигарет подвергают испытанию некурящих и бросающих курить, ведь, судя по ним, мужчины курят, чтобы показать мужественность, силу, власть. Не случайно чаще всего в фильмах курильщики — главные герои и обычно очень симпатичные, привлекательные, успешные, им хочется подражать»⁶⁹.

- Единственное «преимущество» РР, не имеющее манипулятивного характера, — э к о н о м и ч н о с т ь — определяется сопоставлением стоимости РР с затратами на проведение прямой рекламной кампании (заметим, что существует противоположная точка зрения, согласно которой правильно организованный РР дороже прямой рекламы).

Таким образом, названные «преимущества» РР представляют угрозу для адресата с точки зрения информационной безопаснос-

⁶⁷ См.: Майклсон В., Кутилов В. Л. Место product placement... С. 48.

⁶⁸ См.: Закаблукковский Е. В., Шевцов В. С. Почему в России не работает product placement? // Маркетинговые коммуникации. 2006. № 3. С. 190.

⁶⁹ Кондратьева Н. Соблазн киношного шампуня // Рос. торговля. 2006. № 1—2. С. 20.

ти. Если к традиционным формам рекламы у нас уже выработался своеобразный иммунитет (умение распознавать рекламное сообщение и адекватно оценивать его прагматический заряд), то перед РР мы часто беззащитны. Размещение предмета рекламы в поле позитивной нерекламной информации заставляет реципиента «проглатывать» сообщение, воспринимать упоминание предмета рекламы как некоммерческую информацию, которой можно доверять.

Несмотря на отмеченную исследователями неструктурированность российского рынка РР, последний развивается бурными темпами⁷⁰. Причина данного явления — кризис традиционных рекламных механизмов и насущная потребность поиска новых, нестандартных способов продвижения, приводящая к использованию всевозможных средств скрытого донесения рекламной информации до адресата. Одним из таких способов является упоминание предмета рекламы в журналистских материалах печатных СМИ.

Прежде всего необходимо разграничить РР в журналистике и вторичные рекламные жанры, рассмотренные выше. Рекламные материалы, маскирующиеся под журналистские тексты (вторичные рекламные жанры), целиком посвящены характеристике предмета рекламы, который является темой публикации. РР в журналистике представляет собой, как правило, точечное, единичное (реже — пунктирное) упоминание предмета рекламы в нерекламном материале.

Способы включения РР в журналистский текст можно классифицировать по разным основаниям.

- По количеству упоминаний:

- 1) единичное (точечное) упоминание предмета рекламы;
- 2) многократное (пунктирное) упоминание предмета рекламы.

- По объему информации о предмете рекламы (в телевизионном и кинематографическом РР говорят о времени (количество секунд) демонстрации предмета рекламы):

⁷⁰ Рост объемов РР — общемировая тенденция. См., например, данные, приведенные А. Дедюхиной (*Дедюхина А. Американский рекламоделец скрытничает // Эксперт. 2005. № 31*), А. Н. Андреевой, А. Ю. Овчинниковой (*Андреева А. Н., Овчинникова А. Ю. Product placement для люксовых брендов...*)

1) лаконичное упоминание предмета рекламы без его развернутой характеристики;

2) развернутое представление предмета рекламы.

• По характеру связи между предметом мысли текста и предметом рекламы:

1) предмет рекламы, продвигаемый с помощью РР, связан с темой публикации;

2) предмет рекламы напрямую не связан с предметом мысли текста.

• По характеру участия РР в логической структуре текста:

1) предмет рекламы выполняет роль примера, иллюстрирующего авторский тезис;

2) предмет рекламы выполняет функции тезиса аргументации;

3) предмет рекламы выполняет функции аналитической оценки ситуации.

Рассмотрим ряд примеров⁷¹.

САМЫЙ СИЛЬНЫЙ РОССИЯНИН

Челябинец Эльбрус Нигматуллин опять подтвердил звание сильнейшего человека страны. В финале турнира «Самый сильный человек России-2005», который прошел 5 ноября в Москве, Эльбрус в четвертый раз завоевал этот титул. Об этом нам сообщил наш собственный корреспондент в столице России Алексей Пустовалов при помощи мобильного, *благо международный оператор МТС обеспечивает качественную связь*.

Участие в турнире приняли сильнейшие атлеты страны, представляющие пауэрлифтинг, армрестлинг, тяжелую атлетику и другие виды спорта. Программа соревнований включала в себя множество оригинальных силовых упражнений. К примеру, спортсмены бежали на время с коромыслом весом 380 кг, а в упражнении «Богатырская карусель» проносили по кругу груз весом 300 кг на согнутых в локтях руках (Час Пик — Челябинск, 2005, № 4, 11 ноября).

В заметке присутствует единичное (точечное) упоминание предмета рекламы (МТС). Автор текста не дает его развернутую харак-

⁷¹ Авторы благодарны студенткам факультета журналистики Анастасии Лагуновой и Ольге Недельчевой за помощь в сборе материалов исследования.

теристику, но представляет в выгодном свете: подчеркивает статус оператора (*международный*) и фиксирует внимание на качестве предоставляемых услуг. Связь между предметом рекламы и основной мыслью заметки (*Челябинец Эльбрус Нигматуллин подтвердил звание сильнейшего человека страны*) отсутствует. Информация о том, каким именно образом сообщил газете сведения корреспондент, является лишней, не относящейся к делу. При этом предмет рекламы выполняет функцию развивающего тезиса к данному («лишнему») констатирующему тезису. Введение информации о рекламируемом продукте не подготовлено, не мотивировано логикой предшествующих авторских рассуждений, бросается в глаза неестественность, натянутость связи между РР и темой публикации. Подобный принцип размещения рекламной информации часто используется в газетных публикациях.

В глянцевых журналах можно обнаружить и иные способы РР. Обратимся к статье «Тайны страны Бхарат» (Стольник, 2004, ноябрь). Текст подробно рассказывает об особенностях посещения Индии — интересных маршрутах и мерах безопасности, соблюдение которых убережет туристов от неприятностей. На первый взгляд рекламы в тексте нет, однако в конце размещен адресный блок и логотип турфирмы «Фонд мира», благодаря чему читатель может сделать вывод, что данная турфирма занимается организацией путешествий в Индию и поможет ему своими глазами увидеть все описанное в статье.

Перед нами единичное (точечное) упоминание предмета рекламы («Фонд мира»), информация о котором подана лаконично, безоценочно. Привлечь внимание потенциального туриста должно красочное описание достопримечательностей Индии. Предмет рекламы, продвигаемый с помощью РР, связан с темой публикации и выполняет функции имплицитной аналитической оценки ситуации (Турфирма «Фонд мира» поможет организовать великолепный отдых в Индии).

Многократное (пунктирное) упоминание предмета рекламы можно увидеть, например, в статье «Рыбное место», посвященной правилам оформления и содержания аквариумов (PETS, 2007, но-

ябрь). В тексте несколько раз упоминаются специалисты по оформлению аквариумов — аквадизайнеры, отмечается их роль в создании аквариума, подчеркивается необходимость обращения к профессионалу для достижения ожидаемого результата (*Хорошо, если в разработке проекта будет принимать участие аквадизайнер...; аквадизайнеры предлагают использовать...; нередко перед аквадизайнером встает сложная задача...; конечно, качественно подобную работу под силу выполнить только специалисту и т. д.*). В конце статьи содержится информация: *Материалы подготовлены специалистами студии аквадизайна «Атлантида». Адресный блок...*

Несмотря на лаконичность последней фразы, в данном случае можно говорить о развернутом представлении предмета рекламы: преимущества обращения в студию аквадизайна становятся очевидными благодаря аргументации в тексте статьи. Пунктирное упоминание предмета рекламы выполняет функции тезисов аргументации, а финальная фраза — функции аналитической оценки ситуации (*Специалисты студии «Атлантида» создадут для вас замечательный аквариум*).

Как мы видим, объем информации о рекламируемом предмете, передаваемой с помощью РР, может варьироваться. Кроме того, в границах одного текста возможно представление нескольких предметов рекламы. Так, материал «Покоритель сердец. Американский кокер-спаниель» (PETS, 2007, июль) подробно рассказывает об истории и особенностях указанной породы собак, специфике ухода за животными. В главе «Корм для красоты и здоровья» автор после перечисления общих принципов правильного питания переходит к детальной характеристике корма Hill's, которая носит явный рекламный характер, поскольку дается в соответствии с максимальной неповторимой привлекательности: *...Одной из старейших и наиболее уважаемых в этой области является компания Hill's...; компания Hill's по праву гордится своими лечебными диетами...; качественные готовые корма...; в США корма Hill's продаются в большинстве ветеринарных клиник...; именно эти корма рекомендует большинство ветеринарных врачей во многих странах и т. д.* (точный

развернутый РР). Кроме того, в конце статьи автор приводит данные питомника кокер-спаниелей, в котором заинтересовавшийся читатель сможет приобрести щенка (точечный лаконичный РР).

Таким образом, способы РР в прессе многообразны. Содержательным сигналом «рекламность» в журналистских материалах с РР является акцентированное представление предмета рекламы, который подается в выгодном свете благодаря ореолу положительных оценок, располагается в сильной позиции текста для наилучшего запоминания и т. д.

Все вышеизложенное определяет преимущественное отношение исследователей к РР как к скрытой рекламе⁷², несмотря на существующие попытки представить РР как нерекламный коммуникационный механизм⁷³. Неясность характера РР не проясняет законодательство. Статья 2 Закона о рекламе гласит: закон не распространяется на «упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера»⁷⁴. При этом непонятно, как можно определить степень «органичности» интеграции подобных упоминаний. Как замечает Н. Кондратьева, в Законе о рекламе 1995 г. нет даже понятия *product placement*, но есть определение скрытой рекламы, на которую наложен запрет. Совершенно очевидно, что РР противоречит сразу двум статьям этого закона. Во-первых, в соответствии со ст. 5 «реклама должна быть распознаваема без специальных знаний и без применения технических средств»; во-вторых, в ст. 10 говорится, что реклама всегда должна быть обозначена. Но смысл РР и состоит в том, что товары или

⁷² См.: Ульяновский А. В. Тайная сила коммуникационного канала // Маркетинговые коммуникации. 2007. № 1; Дедюхина А. Американский рекламодатель скрытничает; Логунцова И. Product placement как важнейшее из искусств // Советник. 2006. № 10; и др.

⁷³ См.: Закаблукровский Е. В., Шевцов В. С. Почему в России не работает product placement? С. 189.

⁷⁴ О рекламе : федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. Екатеринбург, 2006. С. 6.

услуги являются частью художественного образа, т. е. такая реклама по определению не может быть обозначена⁷⁵. Заметим, что, в отличие от США, в большинстве европейских стран использование РР официально запрещено⁷⁶.

Подведем итог. Реклама сегодня является полем реализации манипулятивных технологий. Большое количество текстов, функционирующих в рекламном дискурсе, не отвечают принципам информационной безопасности материала, поскольку скрывают авторскую интенцию, воздействуют на подсознание адресата путем препарирования передаваемой информации (создание лакун в тексте — импликации связи между фреймами), подмены ситуаций, трансформации жанровой формы высказывания, использования возможностей *product placement*. Зная сущность рекламы и учитывая задачи, стоящие перед ней, мы можем предположить, что ситуация в ближайшем будущем вряд ли изменится. Осведомленность о приемах манипулирования остается в этих условиях единственной «защитой» потенциального потребителя.

В заключение заметим, что манипулятивная практика — далеко не единственный аспект рассмотрения вопросов информационной безопасности рекламного дискурса, поскольку тексты СМИ (включая рекламные материалы) должны удовлетворять и таким требованиям, как толерантность, этичность, достоверность передаваемой информации. Соответственно основной принцип соблюдения информационной безопасности должен быть сформулирован более широко: достоверность, толерантность, этичность, прозрачность текста, размещенного в СМИ. Отмеченные аспекты открывают перспективу дальнейшего исследования информационной безопасности рекламного дискурса.

⁷⁵ См.: Кондратьева Н. Соблазн киношного шампуня. С. 21.

⁷⁶ См.: Майклсон В., Кутюлов В. Л. Место *product placement*... С. 49.

4.2. Интеллектуализация телевизионных программ как фактор информационной безопасности общества

4.2.1. Личностно-психологический аспект проблемы информационной безопасности

Благодаря совершенствованию коммуникационных систем информационные потоки сегодня легко могут интегрироваться в мировое информационное пространство. Создание такого глобального пространства, «которое обеспечивает эффективное взаимодействие между людьми, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах»¹, является одной из черт информационного общества.

Анализ информационных процессов показывает, что в настоящее время происходит их интенсификация. И. Н. Панарин называет следующие составляющие этой интенсификации: неуклонное возрастание скорости передачи сообщений; увеличение объема передаваемой информации; ускорение обработки информации; увеличение объема добываемой новой информации и ускорение ее внедрения². «...За 50 лет скорость передачи информации увеличилась в 300 тысяч раз и составляет около 3 секунд. Это открывает самые широкие возможности для эффективного проведения информационной войны»³.

Информационная безопасность обычно рассматривается в двух аспектах: первый связан с защитой информации в сфере компьютерных технологий, второй — с ее распространением в СМИ и влияни-

¹ Иноземцев В. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М., 2000.

² См.: Панарин И. Н. Информационная война и выборы. М., 2003. С. 15.

³ Там же. С. 23.

ем на общество и отдельную личность. Личностно-психологический аспект данной проблемы затрагивается в Доктрине информационной безопасности, утвержденной президентом Российской Федерации В. В. Путиным 9 сентября 2000 г. Один из тезисов данной Доктрины гласит: «Первая составляющая национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере включает в себя соблюдение конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и пользования ею, обеспечение духовного обновления России, сохранение и укрепление нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, культурного и научного потенциала страны»⁴.

СМИ являются одним из субъектов информационной безопасности, поэтому они должны обращать особое внимание на задачи формирования гражданской позиции и представлений о культурных и научных ценностях, их сохранении и утверждении. Кроме того, в связи с интенсификацией информационного потока целью медиа становится помощь аудитории в адаптации к меняющимся обстоятельствам жизни, осуществление аналитической функции, выявление причинно-следственных связей событий, которые в усложняющемся контексте бытия сам человек не всегда способен уловить.

К сожалению, медиа не до конца выполняют эти задачи, сами иногда становясь источником угрозы индивидуальному, групповому и общественному сознанию. Основные аспекты критики СМИ — это отсутствие четко выраженной гражданской позиции, пассивная (а порой и негативная) позиция СМИ в сохранении и развитии культуры российского общества, дефицит образовательных и воспитательных материалов и передач, пассивная (а порой и негативная) позиция СМИ в поддержании психического и физического здоровья населения, интеллектуальная редукция, упрощение, огрубление сознания⁵. «...На читателей и зрителей обрушивается вал лже-науки. <...> Разве это не прямое одурачивание широкой публики?»⁶.

⁴ Цит. по: *Панарин И. Н.* Технология информационной войны. М., 2003. С. 23.

⁵ См.: Информационная и психологическая безопасность в СМИ : в 2 т. Т. 1: Телевизионные и рекламные коммуникации. М., 2002. С. 21.

⁶ *Гинзбург В.* Пушкин под синусом // Рос. газ. 2007. 4 сент.

Конечно, не только СМИ становятся источником угроз в области информационной безопасности, такими факторами являются и отсутствие единой государственной политики в данной сфере, и неразвитость институтов гражданского общества, и «снижение эффективности системы образования и воспитания, недостаточное количество квалифицированных кадров в области обеспечения информационной безопасности»⁷.

Все эти факторы могут способствовать созданию атмосферы бездуховности и безнравственности, социальной пассивности, негативному отношению к культурному наследию, манипулированию общественным сознанием, провоцированию социальных, политических, национальных и религиозных конфликтов.

В сфере проблематики информационной безопасности оказывается угроза индивидуальному сознанию, в частности чувству ответственности за себя и за страну.

4.2.1.1. Понятие зрелой личности

Угрозы индивидуальному сознанию в сфере информационной безопасности заставляют задуматься о том, каким типом сознания должен обладать человек, чтобы быть устойчивым к самым разным информационным потокам. Если мы обратимся к области психологии личности, то найдем там понятие зрелой личности, сформулированное Гордоном Олпортом.

Под личностью Олпорт понимает «динамическую организацию тех психофизических систем внутри индивидуума, которые определяют характерное для него поведение и мышление»⁸. Он рассматривает личность как сущность, находящуюся в процессе непрерывного изменения и становления, причем процесс этот длится всю жизнь. Психологически зрелый человек, по Олпорту, характеризуется следующими чертами:

1. Зрелый человек имеет широкие границы «я». Зрелые индивидуумы могут посмотреть на себя со стороны. Они активно участву-

⁷ Панарин И. Н. Технология информационной войны. С. 25.

⁸ Цит. по: Хьелл Лари А. Теории личности: основные положения, исследования и применение. СПб., 2000. С. 273.

ют в трудовых, семейных и социальных отношениях, имеют хобби, интересуются политическими, религиозными вопросами и всем, что они считают значимым. Подобные виды деятельности требуют участия истинного эго человека и подлинной увлеченности. <...>

2. Зрелый человек способен к теплым, сердечным социальным отношениям. Существуют две разновидности теплых межличностных отношений, подпадающих под эту категорию: дружеская интимность и сочувствие. Дружески-интимный аспект теплых отношений проявляется в способности человека выказывать глубокую любовь к семье и близким друзьям, не запятнанную собственническим чувством или ревностью. Сочувствие отражается в способности человека быть терпимым к различиям (в ценностях или установках) между собой и другими, что позволяет ему демонстрировать глубокое уважение к другим и признание их позиции, а также общность со всеми людьми.

3. Зрелый человек демонстрирует эмоциональную незабоченность и самопрятие. Взрослые люди имеют положительное представление о самих себе и, таким образом, способны терпимо относиться как к разочаровывающим или раздражающим явлениям, так и к собственным недостаткам, не озлобляясь внутренне и не ожесточаясь. Они умеют также справляться с собственным эмоциональным состоянием (например, подавленности, чувства гнева или вины) таким образом, что это не мешает благополучию окружающих. <...> И более того, выражая свои мнения и чувства, они считаются с тем, как это повлияет на других.

4. Зрелый человек демонстрирует реалистичное восприятие, опыт и притязания. Психически здоровые люди видят вещи такими, какие они есть, а не такими, какими бы они хотели их видеть. У них здоровое чувство реальности: они не воспринимают ее искаженно, не передергивают факты в угоду своей фантазии и потребностям. Более того, здоровые люди обладают соответствующей квалификацией и познаниями в своей сфере деятельности. Они могут временно отодвигать на задний план свои личные желания и импульсы до тех пор, пока не завершено важное дело.

5. Зрелый человек демонстрирует способность к самосознанию и чувство юмора. Олпорт называл его «самообъективностью». Тем самым он имел в виду, что у зрелых людей имеется четкое представление о своих собственных сильных сторонах и слабостях. Важной составляющей самосознания является юмор, препятствующий самовозвеличиванию и пустозвонству. Он позволяет людям видеть

и принимать крайне абсурдные аспекты собственных и чужих жизненных ситуаций.

6. Зрелый человек обладает цельной жизненной философией. Зрелые люди способны видеть целостную картину благодаря ясно-му, систематическому и последовательному видению собственной жизни. <...> ...Человеку просто нужна система ценностей, содержащая главную цель или тему, что сделает его жизнь значимой. У разных людей могут формироваться различные ценности, вокруг которых будет целенаправленно выстраиваться их жизнь. Они могут выбрать стремление к семье, социальному благополучию, религию или еще что-нибудь. Точка зрения Олпорта по этому поводу заключается в том, что взрослая личность имеет устоявшийся в человеке набор новых ценностей, которые и служат объединяющей основой его жизни. Объединяющая философия жизни дает поэтому некую разновидность доминирующей ценностной ориентации, которая придает значимость и смысл практически всему, что делает человек⁹.

Психолог Абрахам Маслоу в своей теории личности также описывает психологически зрелого, здорового человека, пользуясь термином «самоактуализирующаяся личность». Это понятие обозначает полное развитие человеческого потенциала, основанного на биологической природе¹⁰. Назовем наиболее важные (в контексте устойчивости индивидуального сознания) характеристики, выделенные Маслоу для «самоактуализирующихся» людей:

1. Более эффективное восприятие реальности. Самоактуализирующиеся люди способны воспринимать мир вокруг себя, включая других людей, правильно и беспристрастно. Они видят действительность такой, какая она есть, а не такой, как им хотелось бы ее видеть. Они менее эмоциональны и более объективны в своем восприятии. Благодаря эффективному восприятию, самоактуализирующиеся люди могут без труда обнаружить фальшь и нечестность в других. Маслоу обнаружил, что эта способность видеть более эффективно распространяется на многие сферы жизни, включая музыку, науку, политику и философию...¹¹; Возможно, эта зоркость развивается благодаря

⁹ Цит. по: Хьелл Лари А. Теории личности... С. 288—90.

¹⁰ Клонигер С. Теории личности: познание человека. СПб., 2003. С. 550.

¹¹ Хьелл Лари А. Теории личности... С. 514.

тому, что их не отпугивает неизвестное, а фокус их внимания не сужен суетными потребностями¹².

2. **Приятие себя, других и природы.** Самоактуализирующиеся люди могут принять себя такими, какие они есть. Они принимают и дурное и доброе, являясь, таким образом, терпимыми. У них нет непреодолимой потребности поучать, информировать и контролировать.

3. <...>

4. **Центрированность на проблеме.** Они привержены какой-то задаче, долгу, призванию или любимой работе, которую считают важной. Они ориентированы на проблемы, стоящие выше их непосредственных потребностей, проблемы, которые они считают для себя жизненной миссией. <...> Они живут и работают в сфере широчайшей компетенции, стремясь посвятить себя «надличностной» миссии или задаче. Такой стиль жизни означает, что они не обращают внимание на тривиальное, незначительное, и это позволяет им четко отделить важное от неважного в этом мире.

5. **Независимость: потребность в уединении.** <...> [Они] стремятся иметь собственный взгляд на ситуацию, а не полагаться на те мнения или чувства, которые демонстрируют по данному поводу другие люди...¹³; Они способны на глубокую концентрацию и живут своим умом, не позволяя принимать решения за них¹⁴.

Зрелые личности обладают определенным типом мышления, которое академик Гинзбург называет «стойким»: «Давно замечено, что люди, даже не являющиеся учеными, а просто интересующиеся наукой, обладают, если можно так выразиться, “стойким мышлением”. Ими очень трудно манипулировать, навязывать политические взгляды, а уж тем более заставить поверить в разные небылицы и чудеса, которыми забиты СМИ»¹⁵.

Именно такая устойчивая личность и может создать информационную безопасность в личностно-психологической сфере, обеспечить ответственное отношение к жизни, нравственность, социальную активность, устранить угрозы в духовной сфере. И средства массовой информации могут помочь в выработке такого типа сознания.

¹² Клонигер С. Теории личности... С. 552.

¹³ Хьелл Лари А. Теории личности... С. 516.

¹⁴ Клонигер С. Теории личности... С. 553.

¹⁵ Гинзбург В. Пушкин под синусом.

4.2.1.2. Массмедиа и проблема качества личности

Массмедиа способны влиять на качество личности, но, как мы уже отмечали выше, не всегда положительно. Самое большое влияние на человека сегодня способно оказать телевидение, стремящееся к символическому господству. «Оно имеет огромную символическую власть — возможность создавать и навязывать определенные социальные представления, модели желаемого устройства общества и государства»¹⁶.

Телевидение критикуют за то, что оно, обладая широкими коммуникативными возможностями, исказило сущностные цели и функции массовой коммуникации, заменив их нагромождением случайных, необязательных, неточных фактов, антигуманных и безнравственных сведений, отказалось от формирования жизненных ценностей человека, перестало добывать смыслы, приближающие человека к постижению мира, не активизирует процессы поиска людьми и сообществами совместного знания. Таким образом, медиатексты теряют содержательное наполнение, смысловывающую новизну.

Социолог Пьер Бурдьё отмечает, что любой дискурс или общественная акция, прежде чем будут поданы телезрителю, оказываются подвержены специфическому журналистскому отбору: «...Журналисты, даже не отдавая себе в этом отчет, оставляют только то, что способно их заинтересовать, обратить на себя их внимание, то есть только то, что соответствует их категориям, их видению мира, оставляя без внимания прочие продукты символического выражения, может быть, не в меньшей степени заслуживающие внимания всех»¹⁷.

Например, новости привлекают внимание к событиям, потенциально интересным для всех. Журналисты отбирают факты, которые не разделяют аудиторию на враждующие стороны, а напротив, консолидируют мнения людей. «Они способны заинтересовать всех, не затрагивая важных тем. Это хорошо известное правило: чем больше то или иное СМИ или средство творческого выражения стре-

¹⁶ Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М., 2000. С. 12.

¹⁷ Там же. С. 65.

мится к завоеванию широкой публики, тем больше оно теряет свои “шероховатости”, все то, что может разделять или исключать, тем больше оно должно стараться “никого не шокировать”, не поднимать других проблем, кроме тех, что не вызывают последствий»¹⁸. «Хроника происшествий, например, создает эффект политической пустоты, деполитизирует и сводит мировую жизнь до уровня анекдота или сплетни, переключая внимание и удерживая его на событиях, не имеющих политических последствий, которые драматизируются, чтобы из них можно было “извлечь урок” и превратить их в “общественные проблемы”»¹⁹.

Никлас Луман даже выделяет определенные критерии отбора, стереотипные схемы, которые используются для того, чтобы сделать информацию новостью. Например, информация может стать новостью, если привлечь внимание указанием на количество чего-нибудь. В цифрах есть всегда нечто определенное, вне зависимости от того, понимает ли получатель информации, о чем вообще идет речь, понятен ли предметный контекст. Медиа классифицируют поступки тех, кто их совершает, называя какие-то поступки хорошими или дурными и помогая тем самым аудитории составить собственное мнение. Однако представление о морали формируется на основе достаточно сенсационных случаев, когда показывают негодяев, жертв или героев, добровольно совершающих подвиги. Весь комплекс скрытых мотивов, которые побудили или вынудили человека поступить именно так, а не иначе, при этом не освещается. Значительная часть материала для СМИ получает информационную значимость лишь потому, что массмедиа делают событием отображение в себе самих (например, рассматривают в качестве событий высказанные кем-то мнения). Луман отмечает, что сама по себе истина интересует СМИ лишь с очень большими оговорками. «В этой сфере массмедиа распространяют незнание в виде подлинных сведений, которые должны постоянно обновляться, чтобы подмена была незаметной»²⁰.

¹⁸ Бурдые П. Цит. соч. С. 62.

¹⁹ Там же. С. 70.

²⁰ Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005. С. 53.

Таким образом, СМИ мало интересуют неощутимые изменения, т. е. такие процессы, которые не замечаются непосредственно и оказывают воздействие лишь спустя некоторое время. Это не позволяет личности выстраивать причинно-следственные связи, видеть системность, целостность мира.

Еще один аспект критики СМИ — это негативные последствия преобладания развлекательной информации над всей остальной. Стремление развлечь приводит к тому, что вместо серьезных комментариев, анализа, дискуссий в эфир подаются ток-шоу, приглашающие известных, титулованных и взаимозаменяемых собеседников. Эти люди всегда должны быть готовы к тому, чтобы прийти и принять правила игры, соглашаясь отвечать на любые вопросы, даже на самые нелепые и шокирующие, быть готовыми к любым уступкам (касается сюжета, других участников передачи), компромиссам и компрометации, чтобы только попасть в эфир и обеспечить себе прямую и косвенную выгоду, связанную с «медиатической» известностью.

При этом конкуренция, ограниченность эфирного времени, погоня за рейтингом заставляют телевидение спешить. «Речь загоняется в такие рамки, что становится маловероятным сказать что-то значимое. Поэтому телевидение предоставляет слово мыслителям, способным мыслить в ускоренном темпе, “fast-thinker’ам”, “быстродумам”»²¹.

Однако «fast-thinker» не столько быстро думает, сколько не думает вовсе, воспроизводя придуманное до него. Он мыслит «готовыми идеями». Это идеи банальные, не вызывающие возражений, уже усвоенные всеми, поэтому проблема восприятия не ставится. «Коммуникация возникает мгновенно, потому что в каком-то смысле ее не существует. Она является всего лишь видимостью. Обмен банальностями, общими местами есть коммуникация, единственным содержанием которой является сам факт общения. Достоинством “общих мест” является то, что все способны их воспринимать и воспринимать мгновенно: из-за своей банальности они являются общими как для говорящего, так и для слушающего. <...> Существо-

²¹ Бурдые П. Цит. соч. С. 44.

ют уже готовые собеседники, “специалисты одноразовой мысли”, и это освобождает от необходимости искать кого-либо, кому действительно есть что сказать»²².

Телевидение обвиняют и в том, что в связи со своими основополагающими принципами фрагментарности и мозаичности (мозаично само телеизображение, программы телеканалов дробятся разнородными передачами, само телевидение диверсифицировано различными каналами) оно наделило аудиторию клиповым мышлением, которое не позволяет воспринимать мир как единый, целостный объект, любое знание распадается в таком сознании на множество разрозненных частных знаний. Сознание, раздробленное этими разрозненными знаниями, часто уже не в состоянии собственными силами вернуться к состоянию целостного знания.

Таким образом, исследователи указывают, что телевидение способно негативно влиять на разные аспекты личностно-психологической сферы, в том числе и интеллектуальной. Некоторые программы не только не способствуют формированию устойчивого сознания, но и могут дробить, огрублять и расшатывать его, представляя зрителю определенную — раздробленную, фрагментарную — картину мира.

Учитывая сказанное, очень важно осмыслить опыт телевизионных программ, не опускающихся до уровня тотальной развлекательности и способных поддерживать высокий интеллектуальный уровень передач.

4.2.2. Приемы интеллектуализации текста: «Программа Гордона»

Существуют телепрограммы, которые содействуют воспитанию, формированию зрелой личности с ее целостным мировоззрением. Как правило, это аналитические диалоги, дискуссии с высокой степенью интеллектуализации текста. Средства воздействия, которые обращены к интеллекту, к его системности, организован-

²² Бурдые П. Цит. соч. С. 45.

ности, целостности, мы рассмотрим на примере передачи «Программа Гордона», выходявшей в эфир НТВ в 2001—2004 гг.

«Старшим братом» этого проекта можно назвать передачу «Очевидное-невероятное», куда приглашались видные ученые и деятели культуры, философы, которых волновало воздействие науки на культуру, общественное сознание. «Наука — часть современной культуры, она определяет мировоззрение людей во всех областях. Относиться к ней необходимо не с потребительской точки зрения, а именно как к явлению культуры. Особую значимость приобретает то, как наука и культура могут влиять на общественное сознание. Если эти приоритеты отбрасывать, то мы попадем в руки колдунов, шаманов и прочих жрецов, как это было на ранних стадиях развития общества», — утверждает автор и ведущий «Очевидного-невероятного» С. Н. Капица²³.

4.2.2.1. Концепция программы

Проект Александра Гордона (триста тридцать пять передач в течение нескольких лет в ночном эфире телеканала НТВ) — это попытка создать некое интеллектуальное информационное поле. По форме передача представляет собой беседу виднейших носителей гуманитарного и естественно-научного знания. Гости Гордона — известные ученые, кандидаты и доктора наук, академики. Тематика программ разнообразна: от призвания варягов до галлюцинаций, от кумранских рукописей до вакуума как основы мироздания. Необходимо отметить, что продолжительность одного выпуска — более полутора часов (иногда более двух часов), т. е. у 2—3 гостей достаточно времени для публичного, серьезного анализа проблемы. Если времени для того, чтобы осветить все аспекты темы, не хватает, то программа получает продолжение в другом выпуске. Например, программа «Феномен жизни» получает продолжение «Феномен жизни-2», а «Эволюционная теория пола» продолжается в выпуске «Эволюционная теория пола-2». Это позволяет нам сказать, что концепция программы противостоит концепции «быстро-

²³ Очерки по истории российского телевидения / под ред. В. Егорова. М., 1999. С. 192.

думства», когда собеседники, в том числе из-за небольшого количества эфирного времени, обмениваются банальностями и стереотипами.

«Программа Гордона» позволила с помощью заслуживающих доверия экспертов познакомиться с уровнем, достигнутым в самых различных областях человеческого знания, обратилась к глубокой теме духовного поиска. Вот как авторы программы формулируют ее цели (безусловно, направленные на формирование «стойкого» индивидуального сознания):

Программа Гордона решает несколько задач, актуальных для современного состояния общества и, как следствие, телевидения.

1. Программа информирует общество о современном состоянии научной мысли как в гуманитарных, так и в естественных науках.

2. Формирует мнение о российских ученых как о профессионалах высочайшего класса, подвижниках науки.

3. Обозначает границы познанного мира и определяет дальнейшие направления в познании.

4. Позволяет зрителю создать собственное мировоззрение, основываясь на научном, религиозном и мистическом опыте участников программы.

5. Повышает самооценку постоянных зрителей программы, вынужденных вести напряженную интеллектуальную работу, поощряемую собственными эвристическими откровениями.

В пику устоявшейся телевизионной банальности «наша цель — свобода слова», «Программа Гордона» предлагает цель иную — свободу мысли²⁴.

Рассмотрим приемы интеллектуализации текста, которые позволяют выработать «стойкое мышление», приобрести черты «зрелой личности».

4.2.2.2. Демонстрация целостности мира

Данная передача отражает особую картину мира, которой современное телевидение часто пренебрегает, — н а у ч н у ю. Она всегда демонстрирует целостную систему представлений об общих

²⁴ Гордон А. Г. Ночные диалоги. М., 2004. С. 320. Далее ссылки на это издание даются только с указанием страниц в скобках.

свойствах и закономерностях действительности. Множество теорий, которые данную картину составляют, в совокупности описывают известный человеку природный мир, систему представлений об общих принципах мироздания. Утверждение о целостности реальности возникает в науке за счет согласования, взаимной коррекции суждений о фактах и положениях теории, которая всегда выражает универсальную взаимосвязь наблюдаемых явлений. Таким образом, научная картина мира является серией взаимосвязанных открытий, системным образованием.

Каждый человек имеет свои представления об окружающем его мире. Конечно, единственно правильного взгляда на мир не существует, но чем лучше наша «модель мира» соответствует миру реальному, тем выше вероятность, что мы примем правильное решение (с точки зрения достижения поставленных целей). Научная картина мира, как мы сказали выше, целостна, а на основе целостного знания человек может прогнозировать свое будущее, что при фрагментарном отражении действительности затруднительно. Когда человек понимает фундаментальные законы, постигает, как основные реальные процессы происходят, на чем базируются, как развиваются, что влияет на них, он выстраивает в сознании смысловую цепочку, может предположить понятную картину будущего, может корректировать свое поведение в зависимости от того, нравится ли ему эта картина или нет. Мы яснее осознаем реальность и свое место в ней. Таким образом, вырабатывается одна из черт «зрелой личности» — видение действительности такой, какая она есть, неискаженной, создание целостной картины мира, а следовательно, ясного, систематического и последовательного видения собственной жизни.

Раскрытие целостности и системности мира — один из приемов интеллектуализации текста, которые мы можем выделить в «Программе Гордона». При рассмотрении любой проблемы гости и ведущий раскрывают системные связи между разными областями действительности. Тексты программ показывают, что связи могут вводиться двумя способами. Гости выходят в другую сферу в ходе развития своего монолога, т. е. устанавливают их самостоятельно. Кроме того, установление связи может происходить и в диалоге,

когда ведущий задает вопрос и выводит разговор в новую область. (Отметим, что введение новых аспектов темы происходит точно так же, но здесь может включаться еще один субъект — телезритель.)

Прежде всего зрителю раскрывается единство всего живого, в первую очередь глубинные связи человека с миром живых существ.

Рассмотрим примеры.

- Сходство механизмов старения человека и других существ

Программа «Анатомия старения». Доктор биологических наук Алексей Рязанов рассказывает об экспериментах, в которых ученые пытались выявить факторы, влияющие на продолжительность жизни. Он указывает, что эти механизмы одинаковы для любого организма, неважно, человек это, обезьяна, крыса, насекомое или микроорганизм:

Я хочу привести некоторые экспериментальные данные, которые говорят о том, что, по-видимому, механизмы старения общие для всего живого. В первоначальных опытах было показано, что [крыс] надо недокармливать с самого детства. В 80-е годы в лаборатории Валфорда было показано, что то же самое можно сделать и со взрослыми крысами. <...> То есть можно значительно продлить жизнь, недокармливая взрослых крыс тоже. Опытом ограничения в калориях было доказано, что этим способом можно продлить жизнь не только крысам, но фактически абсолютно любым организмам. То же самое с мухами, червяками, вплоть до инфузорий. То есть это работает абсолютно на всех уровнях. И человек здесь — не исключение. Кстати, сейчас проводятся такие опыты на обезьянах <...> (с. 82).

В данном случае гость в монологе сам устанавливает связь между продолжительностью жизни крыс и любых других существ, включая человека. Процесс мышления происходит на глазах у человека, заставляя его мобилизовать мыслительную деятельность, включить интеллектуальный ресурс.

- Сходство в химическом строении живых существ

Программа «Агрессия сверчков»:

Дмитрий Сахаров: Осьминоги всегда хорошо помогали нейрофизиологам. Например, из мозга осьминогов впервые удалось

выделить в чистом виде... вещество, которое позволило доказать, что нервные сигналы передаются не током, а молекулами.

Александр Гордон: А у нас нет октопамина?

Дмитрий Сахаров: Есть. У нас все есть.

Барвара Дьяконова: Все-таки корректней, наверное, сказать — почти все.

Дмитрий Сахаров: Почти все, что есть у них, есть и у нас. Только октопамином нашего мозга никто не занимается. <...>

Барвара Дьяконова: Как правило, в мозге человека раньше или позже обнаруживались нейроактивные молекулы, про которые поначалу думали, что их у человека нет.

Дмитрий Сахаров: Да, сначала что-то необычное находят у какого-нибудь сверчка или улитки, потом оказывается, что это есть и у человека, и для человека это очень важно. Химия-то мозга общая. <...> Собственно, этим мы и занимаемся. Нас интересуют молекулы, которые регулируют поведение: насколько они консервативны, в какой степени наше человеческое поведение управляется теми же химическими механизмами, которые представлены у более простых организмов. <...> У человека, как и у животных, агрессивность нарастает спонтанно. <...> Эти приступы выгодны для вида, они есть у животных, поэтому есть и у человека (с. 121, 127).

В новую область ведущий выводит гостей своим вопросом о наличии в мозге людей химического вещества, найденного у осьминогов. Неожиданно найденная в диалоге связь способна дать толчок мыслительной деятельности зрителей.

• Сходство строения мозга человека и мозга других живых существ

Программа «Два мозга»:

Константин Анохин: ...Человек в асимметрии своей нервной системы не уникален. <...> Похожая картина наблюдается и у птиц, об асимметрии мозга которых мы говорили. <...> У многих млекопитающих, например у крыс, асимметрия развивается в первые дни после рождения. <...> Сегодня, в отличие от того, что мы думали лет десять-пятнадцать назад, мы знаем, что асимметрия — универсальное явление в нервной системе. И поэтому надежды на объяснение универсальности человека, его сознания и языка через асимметрию исчезают. Но остается вопрос, как на почве этой возможности, су-

ществовавшей и у многих других видов животных, возникли те уникальные асимметрии, которые характеризуют нас с вами (с. 215, 221).

Связи между асимметрией мозга человека, птиц и млекопитающих выводит сам гость-биолог, он же делает вывод о том, что асимметрия — не уникальное явление в нервной системе человека

• Сходство в поведении человека и других живых существ

Программа «Агрессия сверчков»:

Александр Гордон: Я читал, что агрессивность свойственна не только, скажем, сверчкам, но и гораздо более низшим животным, то есть стоящим на лестнице ниже эволюционного развития, — тем же актиниям. Значит ли это, что агрессивность сама по себе — это очень древний, присущий всем животным инстинкт? (с. 122).

В данном случае проблема систематизируется за счет реплик диалога: ведущий задает вопрос, которым провоцирует гостей выйти в новую область проблемы агрессивности: и к низшим животным, и к высшим, в том числе и человеку.

Дмитрий Сахаров: Вот где ненависть. И это внутри своего биологического вида! Такое поведение очень похоже на человеческое — так мне кажется. Возможно, в основе таких межродовых разборок лежат совсем другие физиологические механизмы, чем те, о которых мы говорили. И тогда надо именно этими механизмами заниматься, если мы хотим что-то понять и подсказать человечеству, как избежать страшных конфликтов. <...> У людей не только скученность, но и социальная несправедливость вызывает приступы агрессии, стайные такие. К примеру, в нашем постсоветском обществе имеется довольно сильная социальная несправедливость. Люди, которые всю жизнь честно работали, трудом которых создавалось богатство страны, вдруг остались ни с чем, а кто-то, несколько человек, все это прибрали к своим рукам. Естественно, возникает агрессивность, которая на руку каким-то политикам, но в то же время эта агрессивность понятна, она вызывает сочувствие. <...> (с. 139).

Варвара Дьяконова: У проигравших мышей, которым ежедневно достается новая порция унижений, а они не могут убежать, начинается каталепсия. <...> И у проигравших развивается состояние, очень напоминающее депрессию у людей.

Дмитрий Сахаров: И снимается оно так же.

Варвара Дьяконова: Снимается антидепрессантами, которыми лечат депрессию у людей. <...> А это известный, кстати, лабораторный феномен, он даже имеет название — агрессия, вызванная раздражительностью. То есть в ответ на неприятный стимул может возникнуть взрыв агрессивности у любого высшего животного. На резкий звук, удар током. Это нам по-человечески понятно (с. 135, 137).

В последнем примере мы вновь видим, как в монологической речи гости самостоятельно вскрывают связи между поведением человека и животных.

Общее между миром, строением, поведением, химией животных и этими же аспектами жизни человека обязательно выявляется в программах на естественно-научную тематику. Примеры показывают, что в текстах диалогов человек включается в единую биологическую систему. Сегодня, когда хозяйственная деятельность становится угрозой живому миру планеты, такая демонстрация включенности человечества в живую природу важна для нравственного воспитания аудитории.

В программах гуманитарной или математической тематики демонстрируется наличие в мире фундаментальных законов, связей между культурами и отраслями знания.

- **Фундаментальные основы мира**

Программа «Математика и современная картина мира»:

Алексей Семихатов: Если наш мир — решение каких-то уравнений, то каждый отдельный физический факт — это частное решение уравнения. Что имеется общего за очень разнообразными фактами? Какой-то математический язык, то есть какая-то математическая структура, которая за ними стоит. Так получается, что в поисках более глубоких структур мы открываем, видимо, в силу свойств нашего ума, вот эти математические сущности. <...> (с. 172).

Борис Воронов: Бесконечное многообразие явлений мира скрывает в себе некоторое конечное количество фундаментальных сущностей и фундаментальных законов, которые этими сущностями управляют. Так что многообразие мира — это многообразие явлений при конечном числе первичных сущностей. <...> (с. 173).

Алексей Семихатов: Яблоко, упавшее на голову Ньютона, подчиняется тем же законам, которым подчиняются небесные тела (с. 179).

Программа «Мир как вакуум»:

Виталий Шелест: ...Вакуум — он есть мир. То, что мы видим, все частицы элементарные, все объекты, мы с вами здесь — суть некие всплески, рябь, как говорится, на поверхности этого океана, который именуется вакуумом. Из вакуума потенциально может рождаться что угодно. А может и не рождаться (с. 149).

• Связи между разными науками

Программа «Ностратическая лингвистика»:

Сергей Старостин: Это выводы лингвистической науки, они постоянно притираются и сопоставляются с тем, что делается в генетике, в истории, в археологии, как это можно соотнести с видами палеонтологии (с. 223).

Александр Милитарев: Археология гораздо меньше про это [духовную культуру] знает, чем про материальную культуру. Ну, встречаются какие-то фигурки, изображения, не очень понятно, как их интерпретировать.

Анна Дыбо: А в лингвистике пожалуйста: социальная лексика, социальная терминология реконструируются замечательно (с. 266).

Программа «Анатомия старения»:

Александр Гордон: ...Я часто натываюсь в этой студии на то, что исследования, которые на самом пике передовой науки проводят ученые, занимающиеся одним, выводят совершенно к другим проблемам. Симбиоз этих исследований дал бы если не гораздо значимый результат, то более ответственный подход. То, что вы занимаетесь над этой проблемой, задумываясь как человек, как личность о последствиях, но над ней... не работают ни социологи, ни медики... (с. 92).

Связь лингвистики и биологии [в разговоре об асимметрии головного мозга]:

Татьяна Черниговская: Лотман и некоторая компания вместе с ним, например Бахтин, Волошин, отчасти Вьян, выдвиг-

гали идею о том, что новая интеллектуальная информация, новые тексты, если понимать слово «текст» широко, появляются в ситуации гетерогенности сознания, в ситуации диалога. То есть для того, чтобы появилось какое-то новое знание, должны быть два, в кавычках говоря, «собеседника», которые друг с другом спорят. <...> И, может быть (хотя это, конечно, такой довольно грубый перенос), природе нужно все время иметь ситуацию такой конкурентности (с. 211).

Тексты программ показывают, что зачастую сугубо математические, биологические понятия применяются в духовной сфере, религии. Вероятно, это характерно для современного сознания, которое подвергает границы научных полей пересмотру: некоторые дисциплины исчезают, на границах наук происходят захваты, и, таким образом, на свет появляются новые территории, границы исследований постоянно перемещаются. У Гордона эту тенденцию подтверждает демонстрация связей между разными науками и культурами.

- Связи между разными культурами

Программа «Древнеегипетская Книга мертвых»:

Александр Гордон: Так вот, все-таки говоря о заимствованиях в самом тексте, в корпусе библейском. Есть ли какие-то следы Книги мертвых или других египетских документов в тексте Библии?

Ольга Томашевич: Безусловно, безусловно. Потому что Библия действительно замешана на литературе Древнего Востока в целом. В псалмах Давида можно найти просто буквальные переключики с гимном Атому Эхнатона, просто буквальные. Удивительно схожие, удивительно (с. 207).

Программа показывает, что одни и те же предметы и явления возможно называть с помощью разных языков. Это проявляется, когда ведущий перефразирует вопросы телезрителей, обращенные к гостям, как бы переводя эти вопросы на язык науки.

Телезритель: Алло, а можно вопросик задать? Подтверждается ли химически один из главных пафосов Лоренса, о том, что любовь и агрессия — однокоренные чувства?

Александр Гордон: Вызывается ли любовь и агрессия одними и теми же химическими веществами?

Варвара Дьяконова: Это для нас, да, на наш язык перевели?» (с. 132).

Возникает и обратная ситуация, когда с языка науки необходимо перевести текст на язык обыденный. В данном случае ведущий также обращается к гостям с просьбой говорить языком более простым.

Телезритель: Разрешите вопрос. Не могли бы вы сказать пару слов именно о современном состоянии теории? Те проблемы, с которыми столкнулись сейчас, это только что упомянутая теория великого объединения. Это противоречие классической квантовой теории и теории относительности Эйнштейна, потом невозможность квантования гравитационных полей... Вот на эти темы...

Виталий Шелест: Можно, я отвечаю...

Александр Гордон: У меня только одна просьба и к Вам, и к Вам, и к нашим уважаемым слушателям и зрителям: давайте все-таки учтем, что некая часть аудитории... <...> ...то включается, то выключается... Давайте все-таки сноски делать. Можете перевести на простой русский язык вот мне вопрос, который сейчас раздался от нашего телезрителя? (с. 153).

Иногда сам ведущий описывает научную проблему более простым языком. Например, вот как он «переводит» проблему агрессии сверчков с научного языка на более простой:

Александр Гордон: Это очень напоминает ситуацию, простите за вульгарное сравнение — время позднее, не даю уснуть, — когда явно доминирующий в социальной группе самец передвигается с мигалками по шоссе, а остальные самцы того же самого вида вынуждены его пропускать. Уровень агрессивности, который возрастает у каждого, кто сидит в этот момент за рулем, думаю, легко измерить без измерительных приборов.

Можно найти такой «перевод» и в монологе гостей программы:

Виталий Шелест: ...Строго говоря, формулами квантовой механики, или даже квантовой теории поля, или даже квантовой хромодинамики можно и вот этот стакан с соком описывать (с. 153).

В данном случае физик, сопоставляя квантовую механику и стакан сока, создает контраст, показывая, что описание простых вещей сложными формулами неэффективно.

Отметим, что свойство целостности проявляется не только в текстах отдельной программы, но и в переключке тем разных выпусков. Например, разные аспекты «мужского» и «женского» гостя Гордона рассматривают в нескольких выпусках: «Мужское и женское в языке», «Эволюционная теория пола», «Мужское тело». В первой программе лингвисты пытаются объяснить, почему мужчины и женщины говорят по-разному, обсуждают, существуют ли мужские и женские языки и как в языке отражаются различия между полами. В выпуске «Эволюционная теория пола» доктор биологических наук Виген Геодакян и доктор физико-математических наук Валерий Иванов пытаются выяснить, для чего существуют два пола, какой из них имеет более высокую пластичность в онтогенезе, более адаптивен. В программе «Мужское тело» культурологи рассуждают на тему соответствия внешнего и внутреннего устройства человека, рассматривают его как сложный и изменчивый социальный конструкт. Таким образом, «Программа Гордона» рассматривает проблему с разных точек зрения — биологической, психологической, лингвистической, физиологической, создавая целостный текст на одну тему в рамках нескольких выпусков.

4.2.2.3. Демонстрация культуры мышления и общения

Программа не только показывает системность мира, устанавливая связи между разными явлениями, она также учит, как слушать, как думать, рассуждать, делать умозаключения, т. е. как выстраивать связи внутри самого текста.

Программа «Агрессия сверчков»:

Дмитрий Сахаров: ...А живой природе своих убивать нельзя. Ведь агрессия нужна для того, чтобы виду было хорошо, чтобы более сильный самец получил больше пищи и самку. Убивать слабого нельзя. И действительно: соперники не убивают друг друга. Существует много форм смягчения или имитации боя. В жи-

вотном мире все сделано так, чтобы внутривидовая агрессия обходилась без жертв.

Александр Гордон: Получается, что мораль у человека биологична, а не социальна. То есть это функция не разума, а природы.

Дмитрий Сахаров: Конечно, в основе человеческой морали лежат те природные правила поведения, которые достались нам в наследство. Мы иногда слишком много о себе думаем. Вот еще пример из Лоренца. Когда ребенок падает в воду и мужчина, допустим, прыгает и спасает этого ребенка, принято говорить: какое благородство, какая высокая мораль. Но точно так же поступает павлин... (с. 32).

Программа «Анатомия старения»:

Алексей Рязанов: Когда-то раньше считалось, что маленькие животные живут мало, потому что у них очень интенсивный метаболизм, они как бы сжигают себя быстрее. Но если вы нарисуете график метаболизма мыши, кошки, лошади и слона, то эти точки более-менее лягут на прямую. <...> То есть существует общая тенденция, что крупные организмы живут дольше, но это, по-видимому, связано с тем, что они просто лучше защищены. Есть организмы, которые существуют в идеальных условиях, никто их не уничтожает. Такие организмы живут действительно долго. Например, недавно были обнаружены черви, которые живут (по-моему, это в Карибском бассейне) сотни лет как минимум. Где-то очень глубоко, на дне моря, где им никто не угрожает, никто их не ест — условия абсолютно идеальные. У них не наблюдается никакого старения, хотя родственники этих червей на земле, у которых много врагов, живут очень мало.

Александр Гордон: Значит, у этих червей фактически отсутствуют мутации, потому что они имели возможность из-за продолжительности жизни их отбраковать.

Алексей Рязанов: Да. И если моя теория правильная, то я предсказываю, что у этих червей скорость возобновления белка поддерживается на очень высоком уровне на протяжении всей жизни (с. 88).

В первом примере не просто устанавливается сходство в поведении людей и животных, но делается и вывод о человеческой морали, который позволяет взглянуть на тему под новым углом. Новый

смысл в текст вводит ведущий программы. Во втором примере Гордон из посылок («черви живут очень долго», «черви живут в идеальных условиях», «родственники червей на земле живут очень мало») выводит определенное умозаключение («у них отсутствуют мутации»). Таким образом, он делает очевидным сам процесс логического мышления, показывает аудитории, как можно думать, выстраивать связи, делать выводы.

Предмет разговора постоянно обогащается за счет введения новых аспектов проблемы. Мы уже видели, что связи в речи могут устанавливаться и в монологе самим экспертом, и в диалоге ведущим, когда он задает вопросы. При введении новых аспектов действуют те же субъекты, но добавляется еще один, который также может вводить новые аспекты темы, — телезритель.

Например, в первой части программы «Анатомия старения» определяется понятие старения, ставится задача программы и гости рассматривают этот процесс с точки зрения биологии (рассматривается эволюционная теория старения). Телезритель расширяет этот аспект темы, задавая вопрос о генах, отвечающих за старение. Во второй части программы гости с подачи телезрителя затрагивают новую сторону проблемы — социальные последствия увеличения продолжительности жизни. Еще один интересный аспект вводится гостем программы в его монологе — существование особого дискурса старения. Далее с подачи ведущего возникает разговор о такой стороне проблемы, как биоэтика. В последнем блоке программы рассматривается, как увеличение продолжительности жизни людей может повлиять на экономику. Этот аспект темы вновь вводится ведущим. Новые смыслы обогащают интеллектуальное содержание программы, возбуждают любопытство зрителя.

4.2.2.4. Демонстрация непознанного

А. Маслоу отмечает, что более эффективное восприятие реальности, зоркость развиваются благодаря тому, что самоактуализирующуюся личность не отпугивает неизвестное. К области неизвестного (незнания) можно отнести догадки, гипотезы, всевозможные теоретические конструкторы и модели. Эта сфера является для сознания полем активной деятельности, так как каждая гипотеза или догадка порождает еще больший круг незнания, в то время

как территория ответов сокращается. «...Границы непознанного расширяются с самой областью познания. Это невероятно интересный процесс. Чем больше мы знаем, тем больше открывается тайн, и загадок, и возможностей для дальнейшего прогресса, когда общая площадь нашего познания постоянно увеличивается»²⁵.

В «Программе Гордона» выделение области незнания в научной проблеме становится одним из приемов интеллектуализации текста. Данный признак подчеркивается по-разному. Проблема может быть обозначена как неясная, непонятная:

Физика занимается многими проблемами, которые *объяснить пока не может*. <...> Эта проблема еще долго будет *неясна* (с. 5). В материалах меня поразило высказывание виднейших ученых о том, что квантовая механика *непонятна*. И *непонятна* для физиков. Насколько квантовая механика выходит за границы традиционной физики? Что в ней непонятного? На что наталкиваются великие физические умы? (с. 8).

Но сами основоположники квантовой механики, Фейнман например, постоянно подчеркивали, что *понять квантовую механику нельзя*. Ответов на эти вопросы он не дает. Неполную систему *понять невозможно* (с. 10).

Может быть показана сложность явления или его недостаточная изученность:

Надо сказать, что реликтовое излучение на самом деле — *непростая вещь*. Скажем, до сих пор экспериментально не очень изучен и измерен спектральный состав этого излучения (с. 18).

На самом деле на уровне химизма тоже еще очень много невыясненного. Я уже выяснил до программы, что еще *нет убедительной информации*, которая могла бы продемонстрировать, как этот механизм работает на клеточном уровне (с. 123).

Нет, на самом деле, наверняка *однозначного ответа на этот вопрос не существует* (с. 129).

И довольно мало пока случаев, когда какой-то повседневный акт более или менее прилично изучен на уровне клеточных и молекулярных механизмов (с. 132).

²⁵ Славутский А. Сергей Капица: вместо семьи теперь обзаводятся ученой степенью // Труд. 2007. 12 июня.

Гравитацию действительно не удалось геометризовать — предполагается, что переносчиком гравитационных взаимодействий между суперстенами являются гравитоны (с. 158).

Это действительно вопрос коренной... и *ответа на него сто процентного нет*, это один из вопросов, которые сейчас являются предметом тщательного изучения... (с. 159).

Этот *вопрос тоже пока не решен*. Конечный мир или бесконечный (с. 162).

Да, вот черная дыра образует сингулярность в классической теории относительности. А может быть, с другой стороны другое пространство-время пришло. *Может быть*. И вообще Вселенных *может быть* очень много, не исключено, что могут возникать дочерние вселенные, но вообще пока это только фантазии, о которых не хотелось бы говорить. <...> Что там дальше получится, *неизвестно*, потому что мы стоим перед энергетическим пределом (с. 166).

По-видимому, тут какие-то другие принципы должны быть использованы. Или другие принципы расчета и извлечения косвенных данных. <...> *Непонятно*, почему такая несимметрия существует (с. 167).

Есть работы, которые *пытаются* какие-то следы структуры кручения в микромасштабе *найти*. Но здесь *ничего не доказано* (с. 168).

Может демонстрироваться особый тип неясности, когда какое-то знание в анализируемой сфере существует, но это не те факты, которые могут дать ученым ответы на их вопросы:

С помощью специальной техники... можно одновременно следить за уровнем синтеза практически всех белков. И такие исследования проводились и проводятся на людях, которые дожили до столетнего возраста. Но пока *ничего интересного не найдено* (с. 84).

Собеседники подчеркивают не только неясность, неизученность явления, но и полное отсутствие знаний о какой-либо стороне предмета, явления:

Время не сводится к часам, а имеет какую-то физическую основу. Несмотря на то, что время — одно из фундаментальных сущностных понятий в физике — только как бы параметрически входит в физику. А причины, закономерности времени, носители време-

ни — эти вопросы *совершенно не раскрыты* на сегодняшний день. <...> Ньютон мог позволить себе сказать: я открыл эти силы, описал количественно, но что это такое, я *не знаю*. Время относится к таким же проблемам. <...> Почему пространственных координат три, а временная одна? Или вопрос, например, стрелы времени, его хода. В физике долго *не было ответа на этот вопрос*, хотя другие, не менее важные описательные науки делают это: например, ботаника правильно описывает, как из семени вырастает росток (с. 5).

Как бы ни хотелось нашим слушателям услышать из наших уст определение времени, мы этого сделать, к сожалению, не сможем (с. 6).

В физике часто встречаются такие вещи, когда, казалось бы, все правильно, все верно, а потом оказывается, что нет. Мы все работаем в физике с относительными истинами. Отсюда вывод: поскольку мы не обладаем и не будем обладать абсолютной истиной, то другого пути у науки нет, как только работать с альтернативными истинами (с. 11).

Правильней будет сказать, что про наиболее примитивных животных мы *почти ничего не знаем* (с. 125).

Мы не знаем на сегодня, какова наша Вселенная. Экспериментальные данные на сегодня *не позволяют судить точно*, расширяется Вселенная, сужается или она статична. *Неясно*, что с ней произойдет, вернется ли она опять в то состояние, в каком была до первоначального Большого взрыва, или будет бесконечно расширяться... (с. 164).

Задача науки, как она сейчас понимается, — это объяснение так называемого видимого мира. Скажем, даже дается размер его — десять в двадцать восьмой, если это понятно, степени сантиметра, видимая часть Вселенной. <...> ...на эту часть Вселенной наука претендует... (с. 179).

Но самый замечательный факт, который был открыт сейчас буквально в течение последнего года, — это существование так называемой (нашли новое слово) квинтэссенции — ну, это нечто вроде возвращения такого понятия, как эфир. Есть некая разлитая среда, она обладает совершенно удивительными свойствами: она не выделяет специальной системы отсчета, она, как говорят, релятивистски инвариантна, но она составляет половину по энергии, по вложенной в нее энергии мира. Что это такое, *абсолютно неизвестно* (с. 181).

Выявив некоторые приемы, способствующие интеллектуализации текста, мы можем сделать вывод, что «Программа Гордона» способна воздействовать на личностно-психологическую сферу индивида и содействовать возникновению у аудитории устойчивого мышления. А это, в свою очередь, является одним из факторов создания информационной безопасности в обществе.

4.2.3. Пример псевдоинтеллектуальной телепередачи

В противоположность положительному опыту интеллектуализации программ, который мы рассмотрели выше, обратимся к примеру телепередачи, которую можно охарактеризовать как псевдоинтеллектуальную.

Для анализа выбран текст, который по замыслу или по «имиджу» должен был быть глубоко аналитичным, а получился разговором ради разговора. Вполне возможно, что такой результат имел место из-за неумелого поведения ведущего. Важно, однако, понимать, что этот субъективный фактор объективно, в силу особого функционирования некоторых слов в журналистском дискурсе, обусловил появление текста, содержание которого оказалось организованным по принципу «Чего изволите?». А этот принцип ничего общего с интеллектуализацией не имеет.

Речь пойдет о первой передаче телепрограммы «Большие» на канале «Культура» 31 января 2006 г. Но вначале несколько слов о самой программе.

Это еженедельная молодежная дискуссионная программа, которая появилась на телеканале «Культура» в 2006 г. Она посвящена наиболее актуальным проблемам современной жизни. «Ты стал совсем большим» — слова, которых ждет от своих родителей каждый ребенок. Но так ли легко быть большим, задаются вопросом авторы программы. И сами отвечают: б о л ь ш и е — это те, кто не боится менять свою жизнь, кто ищет и находит выход из самых разных ситуаций. В программе предпринимается попытка показать разных представителей современной молодежи в процессе их

взросления, в динамике общения и спора по самым насущным проблемам современной жизни, когда люди не просто отстаивают истину, но высказывают и собственные жизненные позиции, опираясь на свой пусть еще небольшой, но вполне реальный опыт. Дело в том, что участниками передачи являются, как правило, так или иначе уже состоявшиеся молодые люди: не только студенты, но и талантливые актеры, режиссеры, музыканты, ученые, спортсмены, учителя, которые, тем не менее, находятся в процессе становления и поиска самих себя. Важно и то, что концепция программы предполагает ее трансляцию в Интернете в режиме реального времени, когда принять участие в споре или дать тот или иной совет может каждый.

«Как снять большое кино, не имея денег?», «Как честно заработать свой первый миллион?», «Как прославить свою страну?», «Как приучить общество к здоровому образу жизни?» — вот некоторые вопросы из тех, какие были поставлены на обсуждение.

Герои программы — молодые люди, а они, как известно, не только склонны к нестандартному мышлению, но и по-хорошему честолюбивы. «Чем талантливее и ярче представители нового поколения, тем интереснее и неожиданнее предлагаемые ими ответы на насущные вопросы, ярче контуры возможных путей дальнейшего развития цивилизации. Именно таких молодых творцов — представителей новой интеллектуальной элиты — мы собираем для участия в наших программах», — говорят ее авторы.

Задачи, которые ставят руководители программы перед ее участниками, заключаются в следующем: пять ярких молодых людей в студии должны не просто высказаться на заданную тему, проявить себя, но и суметь договориться между собой, в течение экранного времени стать командой единомышленников, наметить общий путь решения проблемы. Чтобы восполнить нехватку опыта, организаторы для участия в программе приглашают эксперта — человека, всеми уважаемого, добившегося в своей сфере успеха. Также в студии организован телемост с Н. Новгородом (в программе участвуют молодые люди, находящиеся в интернет-кафе). Названию программы соответствует и ее визуальный образ: герои сидят на огромных стульях, не доставая до пола, и выглядят как раз не взрослыми,

а детьми, которые еще только хотят стать большими, думающими, самостоятельными людьми и которые должны продемонстрировать свои возможности в ходе спора.

Ведущий программы выполняет в основном функции модератора, иногда делая собственные замечания по поводу затронутого вопроса. К настоящему времени ведущий программы «Большие» сменился. Вначале программу вел Петр Мансилья-Круз. При нем она, возможно, была более живой и динамичной, чем при нынешнем ведущем Александре Олешко, однако в то же время — и более сумбурной, неорганизованной, спонтанной. Ведущий порой самоустранился, становился незаметным, тонул в высказываниях спорщиков и в результате просто «исчезал» как ведущий. Александр Олешко, актер по профессии, более четок, методичен, действует строго по сценарию. Он может остановить говорящих и направить их в нужное, с точки зрения авторов, русло. Он доброжелателен и спокоен, хорошо чувствует время (хотя в целом, как ни странно для актера, не слишком обаятелен и не слишком эмоционален).

Анализируемый нами выпуск передачи «Большие», как уже было сказано, — премьерный. Тема спора была обозначена так: «Кто он — новый герой нашего времени и как его найти?» Участниками передачи были: резидент «Comedy Club» Павел Воля, автор и режиссер театра «Театр.doc» Александр Вартанов, актер Артур Смольянинов, учитель гимназии из Люберец Иван Иванов, режиссер неигрового кино Евгений Григорьев (кстати, бывший студент факультета журналистики УрГУ). В качестве эксперта был приглашен знаменитый кинорежиссер Александр Митта, автор фильмов «Звонят, откройте дверь», «Сказ про то, как царь Петр арапа женил», телесериала «Таежный роман» и др.

В студии разгорелся жаркий спор о том, кого можно считать героем. Спор этот можно было бы, по С. Поварнину, квалифицировать как спор ради истины: «Тезис берется из области, интересующей обоих спорщиков. Приемы такого “проверочного спора” чисты и безукоризненны, потому что, раз идет дело об исследовании истины, сама потребность в нечистых приемах естественно отпадает. Доводы берутся самые, по нашему мнению, сильные с точки зре-

ния их истины, и каждое новое возражение вызывает только новый интерес. Наконец, желателен противник, приблизительно равный по силам или во всяком случае не слишком слабый в данном вопросе. Слабость противника лишает спор всей прелести и значительной доли пользы»²⁶. В телепередаче участвовали равные по силе противники, способные аргументировать свою точку зрения. Тема была интересна и для тех, кто на экране, и для телезрителей. Так что вполне можно было ожидать и «прелести», и «пользы». Что для этого было нужно?

Прежде всего нужно было четко обозначить предмет разговора. Между тем, как видно из первой же реплики ведущего, он сам для себя точно этого не определил: с одной стороны, его интересует проблема «Скажи мне, кто твой герой, и я скажу, в каком обществе ты живешь»; с другой стороны, он формулирует задачу передачи как получение ответа на вопрос «Кто он — новый герой нашего времени». Но «герой для кого-то» и «герой нашего времени» — это совершенно разные явления: «герой для кого-то» — это всегда нечто положительное, лицо, являющееся «предметом поклонения, восхищения, образцом для подражания», как говорит словарь²⁷, а «герой нашего времени» — это «лицо, воплощающее в себе характерные, типичные черты своей эпохи, среды»²⁸, поэтому оценка его, что известно еще со времен романа М. Ю. Лермонтова, может быть любой, в том числе и резко отрицательной.

Требовалось выбрать что-то одно, интереснее, безусловно, было бы обсуждение второго предмета речи: каков герой нашего времени? Для выяснения мнений участников передачи по этому поводу (а отнюдь не для решения проблемы, невозможного в пределах передачи, да и, скорее всего, невозможного вообще) необходимо было описать «наше время», порассуждать о том, какие качества личности нужны для успешной ее деятельности, какая деятельность приветствуется обществом и почему. И уже потом можно было при-

²⁶ Поварнин С. И. Спор: о теории и практике спора. СПб., 1996. С. 30.

²⁷ Словарь русского языка : в 4 т. Т. 1. М., 1981—1984 (далее — МАС). С. 307.

²⁸ Там же.

ступить к конструированию героя времени и к поискам жизненных примеров. Наверняка такая беседа была бы интересной и полезной для аудитории, ведь образ рождался бы в столкновении мнений, можно было бы оценить точность формулировок тезисов, убедительность аргументов, яркость жизненных примеров, весомость возражений. Это было бы не только содержательно интересно, но и полезно в плане демонстрации культуры мышления и общения.

Вместо такой организующей диалог работы ведущий своими вопросами продолжает запутывать разговор. Вот несколько стимулирующих реплик, в том числе и вопросов, с которыми он обращается к своим собеседникам:

Давайте сегодня попробуем разобраться, как найти героя... Павел, вот скажите, может, мы не там ищем героя. Вообще, это человек должен быть или, может быть, в наш век технологий должен быть телефон или автомобиль? /

Каждый человек в отдельности, я думаю, в состоянии найти героя для себя? <...> Ваш герой, ваш персонаж, — скажем так, чтобы не путаться, — совершает подвиги. Ради чего он их совершает? Вы же вжились в своего персонажа...

Совершенно очевидно, что ведущий ввел в разговор еще одного «героя» — «главное действующее лицо в романе, пьесе, фильме и т. п.»²⁹. И снова вопрос ведущего, как найти героя. Но сейчас он интерпретирован участниками по-иному — как способ: как писатель, режиссер ищут героя для художественного произведения, как актер ищет краски для создания образа.

А ведущий продолжает метаться между разными «героями»:

Сейчас я спрошу у интернет-кафе: вот серьезная проблема сегодня — образ положительного героя, которому можно и даже нужно подражать. Как вы считаете, можно сначала его сконструировать на теле- или киноэкране, как это делали в Америке в годы Великой депрессии, когда сначала создавали героев павильона Голливуда, а потом уже он входил в реальную жизнь?.

²⁹ МАС. Т. 1. С. 309.

И аудитория дружно начинает доказывать, что герой — это нечто сделанное, искусственное, как в Советском Союзе, и пусть государство сделает нам таких героев. Никто и не замечает, что разговор ушел в область имиджологии, клише, стереотипов, масскультуры, манипулирования сознанием. Все это крайне интересно, но надо бы раскрыть, как оно связано с «героем нашего времени», с проблемой, заданной в начале разговора. Однако эта связь не прояснилась и в конце беседы — попросту говоря, никто и не собирался никакие связи вскрывать.

Без руководящей роли ведущего, блуждая в поисках героя, участники беседы то вспоминали древнегреческих героев, то объявляли героем француза, который в возрасте двадцати шести лет написал книгу «Как я стал идиотом» (*Возможно, герой нашего времени — это идиот, человек, который...*). Потом говорящие снова пытались поставить на пьедестал героя тех, кого *раскрывает* телевидение, в первую очередь *бандитов* и *сотрудников спецслужб*. Учитывая, что под конец стали вспоминать Гагарина и Маресьева, становится ясно, что собеседники добрались и до первого значения слова — «человек, совершивший (совершающий) подвиг мужества, доблести, самоотверженности»³⁰.

Прозвучала даже такая примиряющая фраза: *Герои повсюду. Вот сейчас мы сидим в студии, где горит свет, и есть главный инженер какой-нибудь электростанции, и он там где-то у себя работает. Страна — это не 150 придурков, которые шатаются с канала на канал, в число которых мы попали. Это совсем другие люди. Они водят поезда, ведут дочку в детский сад. Что здесь подразумевается под словом «герой», вообще трудно сказать.*

Таким образом, в результате довольно пространный разговор мы остались там же, где были в его начале, и можем снова задать вопрос: так кто же он, герой нашего времени? Или: кто для нас является героем? Как сказал один из посетителей интернет-кафе, «беседа была, мягко сказать, неконструктивной».

Задача беседующих, как видно, была только одна — заинтересовать телезрителей, сделать рейтинг программе, так как это был

³⁰ МАС. Т. 1. С. 309.

первый ее выпуск. Участники работали исключительно на публику, высказывая парадоксальные мнения и делая много шума из ничего. Они просто поговорили и разошлись, оставшись каждый при своем мнении, если только высказанное было мнением, а не случайной репликой, сформулированной наспех только потому, что нельзя же на экране в ток-шоу молчать. В результате ни один из участников не предпринял обсуждения чужого мнения и вряд ли что усвоил из сказанного. Это как раз «речевое взаимодействие поверхностного типа», которое «не связано с преобразованием информации и никоим образом не трансформирует личностных структур собеседников: из речевого контакта они выходят, сохраняя прежние взгляды на предмет»³¹.

Речь идет о непосредственных участниках ток-шоу. Но в таком же положении находятся и телезрители: каждый из них тоже остался при своем мнении, не получив импульса для размышления. Происходит это потому, что некоторые слова в журналистском (и политическом) дискурсе функционируют по-особому, не проявляя четко того значения, в котором они употреблены в тексте.

Слова типа «демократия», «свобода» обозначают абстрактные понятия («минимум конкретной информации»); их значения «являются конструируемыми понятиями, ибо возникают в результате воспитания, образования, политической социализации и внушения»³². Эта скудность конкретной информации приводит к тому, что адресат вводит в текст свое содержание, т. е. понимает слово так, как ему хочется, контекст не регулирует это содержательное наполнение. Действительно, когда политик говорит, что его страна или его партия защищает демократию и свободу, разве по этой декларации можно понять, что именно они защищают? Вполне возможно, что в процессе такой «защиты» на мирные города будут сброшены бомбы.

Для слов «герой», «героизм» в рассмотренном диалоге тоже создана ситуация семантической неопределенности (хотя и по-дру-

³¹ Ключев Е. В. Речевая коммуникация. М., 1998. С. 129.

³² Пароятникова А. Д. «Конденсированные символы» в буржуазной пропаганде // Язык и стиль буржуазной пропаганды. М., 1988. С. 98, 99.

тому, чем в случае со словами «демократия» и «свобода»). Собеседники насочиняли столько определений значения слова «герой», что зрители могли свободно выбирать то, что им по душе, что привычно и не требует размышления. Все, что способно повредить этому интеллектуальному комфорту, как часто бывает в результате наших защитных реакций, скорее всего игнорировалось. Зритель мог ни с чем не спорить, не стремиться понять какие-то новые смыслы, т. е. мог смотреть, но не думать.

Телепередача, которая могла бы стать глубокой по содержанию, воспитывать культуру мышления и общения, в результате странных действий ведущего оказалась неясной по предмету обсуждения, сумбурной и, по большому счету, малосодержательной.

Список литературы

Исследования

Александров, Ф. Product placement — небольшой всплеск или грядущий бум? / Ф. Александров // Рекламные технологии. 2005. № 5.

Андреева, А. Н. Product placement для люксовых брендов: контент-анализ эффективности размещений в мировом кинематографе (1995—2005) / А. Н. Андреева, А. Ю. Овчинникова // Бренд-менеджмент. 2007. № 4.

Арнольд, И. В. Импликация как прием построения текста и предмет филологического изучения / И. В. Арнольд // Вопр. языкознания. 1982. № 4.

Балынская, Н. Р. Функционирование СМИ как субъекта политики в условиях новой России / Н. Р. Балынская, Ю. В. Миронов // Судьба России. Вектор перемен. М., 2007.

Баранов, А. Н. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание / А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Роль языка в средствах массовой коммуникации : сб. обзоров. М., 1986.

Барт, Р. Астрология / Р. Барт // Барт Р. Мифологии. М., 1998.

Барт, Р. Критика и истина / Р. Барт // Избр. работы : Семиотика. Поэтика. М., 1989.

Бартминьский, Е. Стереотип как предмет лингвистики / Е. Бартминьский // Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике : пер. с пол. М., 2005.

Бауман, З. Мыслить социологически / З. Бауман : пер. с англ. М., 1996.

Бахтин, М. М. Автор и герой : к философским основам гуманитарных наук / М. М. Бахтин. СПб., 2000.

Бирюкова, Л. Е. Малоформатные речевые жанры с моделированным подтекстом : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л. Е. Бирюкова. СПб., 2002.

Богомолова, Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения / Н. Н. Богомолова. М., 1991.

Брагина, А. Самый гуманный в Европе? / А. Брагина // Законодательство и практика массмедиа. 1996. № 5.

Булатова, Э. В. К вопросу о манипулятивных приемах печатной рекламы / Э. В. Булатова // Изв. Урал. гос. ун-та. 2006. № 40. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. Вып. 19.

Булатова, Э. В. Обогащение жанрового потенциала дискурса как способ моделирования не прямой рекламной коммуникации / Э. В. Булатова, Э. А. Лазарева // Сопоставительная лингвистика : бюл. Ин-та иностр. яз. / Урал. гос. пед. ун-т; Ин-т иностр. яз. Т. 6. Екатеринбург, 2006.

Бурдые, П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. М., 2000.

Быков, А. Ю. Американская корпоративная пресса: от традиционного PR к корпоративной журналистике / А. Ю. Быков // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития. Екатеринбург, 2006.

Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк. М., 1989.

Ваттимо, Д. После христианства / Д. Ваттимо. СПб., 2007.

Вепрева, И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева. Екатеринбург, 2002.

Волков, А. Г. Типология семей и домохозяйств в России: развитие и анализ (по данным микропереписи 1994 года) / А. Г. Волков, Е. Л. Сороко // Вопр. статистики. 1999. № 5.

Гинзбург, В. Пушкин под синусом / В. Гинзбург // Рос. газ. 2007. 4 сент.

Говард, М. Мы знаем, что вам нужно : как они влияют на ваше сознание / М. Говард : пер. с англ. Екатеринбург, 2007.

Гордон, А. Г. Ночные диалоги / А. Г. Гордон. М., 2004.

Грачев, А. Зачем нужна была гласность. Судьбы гласности : материалы междунар. науч.-практ. конф. «Судьбы гласности, 1986—2001. Опыт ее защиты, 1991—2001» / А. Грачев. М., 2001.

Грекаскина, Е. Product placement: вот такое кино! / Е. Грекаскина // Рекламные технологии. 2003. № 2.

Гудков, Л. Идеологема «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции / Л. Гудков // Образ врага / сост. Л. Гудков; ред. Н. Конрадова. М., 2005.

Дворецкий, В. Р. Комментарий к новому закону о рекламе / В. Р. Дворецкий. М., 2006.

Дедюхина, А. Американский рекламодаатель скрытничает / А. Дедюхина // Эксперт. 2005. № 31.

Дементьев, В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры / В. В. Дементьев. Саратов, 2000.

Демьянков, В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс : история и современ. исслед. М., 2002. № 3.

Долинин, К. А. Имплицитное содержание высказывания / К. А. Долинин // Вопр. языкознания. 1983. № 6.

Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. М., 2000.

Дьякова, Е. Г. Массовая коммуникация: модели влияния : как формируется «повестка дня»? / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. Екатеринбург, 2001.

Енина, Л. В. Оппозиция «провинция — столица» в журналистском тексте / Л. В. Енина // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / отв. ред. Н. А. Купина и М. Б. Хомяков. М., 2005.

Енина, Л. В. «Свои» и «чужие» в газетных текстах / Л. В. Енина, Э. В. Чепкина // «Другой» в пространстве коммуникации : сб. науч. ст. / сост. и ред. С. К. Шайхитдинова. Казань, 2007.

Ермаков, Ю. А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия / Ю. А. Ермаков. Екатеринбург, 1995.

Жельвис, В. И. Эмотивный аспект речи : психолингвист. интерпретация речевого воздействия / В. И. Жельвис. Ярославль, 1990.

Женетт, Ж. Изнанка знаков / Ж. Женетт // Женетт Ж. Фигуры : в 2 т. Т. 1. М., 1998.

Женетт, Ж. Правдоподобие и мотивация / Ж. Женетт // Женетт Ж. Фигуры : в 2 т. Т. 1. М., 1998.

Жуков, И. В. Война в дискурсе современной прессы / И. В. Жуков [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://teneta.rinet.ru/rus/ii/iliazhukov_war.htm.

Закаблуковский, Е. В. Почему в России не работает product placement? / Е. В. Закаблуковский, В. С. Шевцов // Маркетинговые коммуникации. 2006. № 3.

Иноземцев, В. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В. Иноземцев. М., 2000.

Информационная и психологическая безопасность в СМИ : в 2 т. Т. 1: Телевизионные и рекламные коммуникации. М., 2002.

Капитонов, Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. М., 2005.

Кара-Мурза, С. Краткий курс манипуляции сознанием / С. Кара-Мурза. М., 2002.

Карасик, В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. М., 1992.

Караулов, Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров // Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

Качанов, Ю. Л. Структурный изоморфизм социологического дискурса / Ю. Л. Качанов, Ю. В. Маркова [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sages.isras.ru/RUS/publ/TXT/KaMa2.pdf>.

Киселева, П. А. Product placement в литературных произведениях как новый эффективный способ донесения информации до целевых аудиторий / П. А. Киселева // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2004. № 3.

Клонигер, С. Теории личности: познание человека / С. Клонигер. СПб., 2003.

Клюев, Е. В. Речевая коммуникация / Е. В. Клюев. М., 2002.

Козлова, О. Н. Гендерные роли в репродукции социальной жизни / О. Н. Козлова // Социально-гуманитарные знания. 2004. № 3.

Кон, И. С. Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире / И. С. Кон // Alma mater : Вестн. высш. шк. 2001. № 11.

Кондратьева, Н. Соблазн киношного шампуня / Н. Кондратьева // Рос. торговля. 2006. № 1—2.

Копцева, О. А. Международная научно-практическая конференция, посвященная году семьи / О. А. Копцева // Народонаселение. 2004. № 2.

Краско, Т. И. Психология рекламы / Т. И. Краско. Харьков, 2004.

Крысин, Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы / Л. П. Крысин // Философ. и лингвокультурол. пробл. толерантности / отв. ред. Н. А. Купина и М. Б. Хомяков. М., 2005.

Крыштановская, О. Анатомия российской элиты / О. Крыштановская. М., 2005.

Лазарева, Э. А. Когнитивное столкновение — прием построения текстов современных СМИ / Э. А. Лазарева // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. Вып. 2. Екатеринбург, 2004.

Лазарева, Э. А. Стилистика рекламы / Э. А. Лазарева. Екатеринбург, 2005.

Лазарева, Э. А. Политический и рекламный дискурс и его влияние на социум / Э. А. Лазарева, Э. В. Булатова, И. М. Волчкова и др. / отв. ред. Э. А. Лазарева. Екатеринбург, 2005.

Логунцова, И. Product placement как важнейшее из искусств / И. Логунцова // Советник. 2006. № 10.

Лозовский, Б. Н. Журналистика: техника безопасности / Б. Н. Лозовский. Тюмень, 2004.

Лозовский, Б. Н. Журналистика : краткий словарь / Б. Н. Лозовский. Екатеринбург, 2004.

Лопатин, В. Н. Концепция развития законодательства в сфере обеспечения информационной безопасности РФ (проект) / В. Н. Лопатин. М., 1998.

Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров : человек — текст — семиосфера — история / Ю. М. Лотман. М., 1999.

Лотман, Ю. М. Смерть как проблема сюжета / Ю. М. Лотман // Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М., 1994.

Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. М., 2005.

Майданова, Л. М. Очерки по практической стилистике : для студентов-журналистов / Л. М. Майданова. Свердловск, 1987.

Майданова, Л. М. Практическая стилистика жанров СМИ : учеб. пособие / Л. М. Майданова, С. О. Калганова. Екатеринбург, 2006.

Майклсон, В. Место product placement в брендинговой политике компании / В. Майклсон, В. Л. Кутилов // Бренд-менеджмент. 2006. № 1.

Мальдидье, Д. О новых проблемах интерпретации, или Проблема смысла с точки зрения анализа дискурса / Д. Мальдидье // Квадратура смысла : франц. шк. анализа дискурса : пер. с франц. и португ. / общ. ред. и вступ. ст. П. Серию; предисл. Ю. С. Степанова. М., 1999.

Мальковская, И. А. Знак коммуникации : дискурсив. матрицы / И. А. Мальковская. М., 2005.

Меркулов, Г. Реклама и Рраво / Г. Меркулов // Советник. 2007. № 3.

Местное телевидение, власть, население : информ. открытость как основа социального партнерства. М., 2001.

Михайлова, О. А. К проблеме формирования стереотипа в массовом сознании / О. А. Михайлова, К. Старикова // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. Екатеринбург, 2006.

Монастырская, А. А. Таблоидная пресса в России (1990—2000) / А. А. Монастырская. СПб, 2003.

Морозова, Н. Возможна ли свобода творчества в корпоративном СМИ? / Н. Морозова // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития. Екатеринбург, 2006.

Мошкин, С. В. Парламентаризм в России: дискурс конституционного дизайна / С. В. Мошкин // Многообразие полит. дискурса. Екатеринбург, 2004.

Мэйс, И. Работа над ошибками: опыт омбудсмана газеты «Гардиан» / И. Мэйс. М., 2005.

О рекламе : федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. Екатеринбург, 2006.

- Очерки по истории Российского телевидения / под ред. В. Егорова. М., 1999.
- Панарин, А. С. Политология / А. С. Панарин. М., 2002.
- Панарин, И. Н. Информационная война и выборы / И. Н. Панарин. М., 2003.
- Панарин, И. Н. Технология информационной войны / И. Н. Панарин. М., 2003.
- Пароятникова, А. Д. «Конденсированные символы» в буржуазной пропаганде / А. Д. Пароятникова // Язык и стиль буржуазной пропаганды. М., 1988.
- Парсонс, Т. Мотивация экономической деятельности / Т. Парсонс // Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2000.
- Поварнин, С. И. Спор : о теории и практике спора / С. И. Поварнин. СПб., 1996.
- Поляков, Ю. А. Информационная безопасность и средства массовой информации / Ю. А. Поляков. М., 2004.
- Пономарева, Т. В. Корпоративная пресса промышленного города (на примере г. Первоуральска) / Т. В. Пономарева // Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития. Екатеринбург, 2006.
- Пронин, Е. И. Информационная безопасность: медиатерапия против политтехнологий / Е. И. Пронин, Е. Е. Пронина // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Екатеринбург, 2008.
- Прохоров, Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю. Е. Прохоров. М., 1997.
- Ратинов, А. Р. Послесловие юриста / А. Р. Ратинов // Понятия чести, достоинства и деловой репутации : спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. 2-е изд. М., 2004.
- Регламент Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации : принят 22 января 1998 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru>.
- Рихтер, А. Г. Правовые основы журналистики / А. Г. Рихтер. М., 2002.
- Розенталь, Д. Э. Язык рекламных текстов / Д. Э. Розенталь, Н. Н. Кохтев. М., 1981.
- Русакова, О. Ф. Основные разновидности современного политического дискурса : опыт классификаций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://politex.info/content/view/232/40/>.
- Серль, Дж. Р. Косвенные речевые акты / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М., 1986.

Стернин, И. А. Типология макроструктурной организации концептов / И. А. Стернин // Исследования по семантике : межвуз. науч. сб. Вып. 24 / отв. ред. С. Е. Родионова. Уфа, 2008.

Стефаненко, Т. Социальный стереотип [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.krugosvet.ru/articles/123/1012384/1012384a2.htm.

Судебная практика Европейского суда по правам человека по статье 10 Европейской конвенции. Т. 3. СПб., 2004.

Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. М., 2002.

Толкунова, Е. Г. Суггестологическое описание современных русских рекламных текстов / Е. Г. Толкунова : дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 1998.

Ульяновский, А. В. Тайная сила коммуникационного канала / А. В. Ульяновский // Маркетинговые коммуникации. 2007. № 1.

Уолцер, М. О терпимости / М. Уолцер. М., 2000.

Ученова, В. В. Реклама: палитра жанров / В. В. Ученова, С. А. Шомова, Т. Э. Гринберг и др. М., 2000.

Феофанов, О. А. Реклама: новые технологии в России / О. А. Феофанов. СПб., 2000.

Филлипс, Л. Дж. Дискурс-анализ : теория и метод / Л. Дж. Филлипс, М. В. Йоргенсен : пер. с англ. Харьков, 2004.

Филлмор, Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. М., 1988.

Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. СПб., 2002.

Хотинцев, В. Ю. О возможности отражения в этнических стереотипах типичных черт этнического характера / В. Ю. Хотинцев // Идентичность и толерантность. М., 2002.

Хьелл, Л. А. Теории личности: основные положения, исследования и применение / Лари А. Хьелл. СПб., 2000.

Цуладзе, А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. М., 2000.

Чемакин, Ю. В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности / Ю. В. Чемакин. Екатеринбург, 2006.

Чепкина, Э. В. Русский журналистский дискурс : текстопорождающие практики и коды (1995—2000) / Э. В. Чепкина. Екатеринбург, 2000.

Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале : когнит. исслед. пол. лит. метафоры (1991—2000) / А. П. Чудинов. Екатеринбург, 2001.

Шатуновский, И. Б. «Правда», «истина», «искренность», «правильность» и «ложь» как показатели соответствия/несоответствия содержания предложения мысли и действительности / И. Б. Шатуновский // Логический анализ языка : культ. концепты. М., 1991.

Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. Волгоград, 2000.

Шейнов, В. П. Риторика / В. П. Шейнов. Минск, 2000.

Шмелев, А. Д. Еще раз о средствах воздействия на читателя / А. Д. Шмелев // Журналистика и культура русской речи. 2005. № 1.

Щербатых, Ю. В. Искусство обмана : популяр. энцикл. / Ю. В. Щербатых. М., 2007.

Экман, П. Психология лжи / П. Экман. СПб., 1999.

Эко, У. Отсутствующая структура : введение в семиологию / У. Эко. СПб., 1998.

Ярская-Смирнова, Е. Р. Социальная защищенность городской монородительской семьи / Е. Р. Ярская-Смирнова, П. В. Романов // Мир России. 2004. № 2.

Fokkema, D. Literary History, Modernism and Postmodernism / D. Fokkema. Amsterdam; Philadelphia, 1984.

Hall, S. Encoding/ Decoding / S. Hall // Media and Cultural Studies. Key-Works. London, 2001.

Van Dijk, Teun. Ideology: A Multidisciplinary Approach / Teun Van Dijk. London, 1998. [Electronic resource]. [Http://www/psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm](http://www/psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm).

С л о в а р и

Большой словарь иностранных слов / сост. А. Ю. Москвин. М., 2002.
Литературоведческий энциклопедический словарь. М., 1987.

Новейший философский словарь. Минск, 1998.

Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеол. выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; РАН, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. 4-е изд., доп. М., 2004.

Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г. В. Осипова. М., 1999.

Словарь иностранных слов. М., 1987.

Словарь русского языка : в 4 т. М., 1981—1984.

Толковый словарь русского языка начала XXI века / под ред. Г. Н. Скляревской. СПб., 2006.

Сведения об авторах

Автохутдинова, Ольга Федоровна. Ассистент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — проблемы толерантности, специфика политического дискурса в СМИ.

Булатова, Элина Валерьевна. Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — жанрово-стилистические характеристики текстов рекламы и журналистики.

Горина, Евгения Владимировна. Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — манипулятивные аспекты текстов СМИ, коммуникативные стратегии и тактики в журналистском дискурсе.

Ильина, Ольга Владимировна. Кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — лингвокультурологические аспекты текстов СМИ, в том числе функционирование социальных стереотипов.

Каблуков, Евгений Викторович. Кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — институциональный политический дискурс и организация текстов политической тематики в СМИ.

Казаков, Юрий Венедиктович. Кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник Центра социальной политики Института экономики РАН (Москва), член Общественной коллегии по жалобам на прессу, член Большого жюри Союза журналистов России. Область научных интересов — доступ к информации, профессиональная этика журналистов, современная трудовая этика.

Калганова, Светлана Олеговна. Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — стилистика текстов СМИ.

Колясникова, Оксана Сергеевна. Кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — языковые и лингвоправовые аспекты текстов СМИ, стилистика выразительных средств журналистики.

Майданова, Людмила Михайловна. Доктор филологических наук, профессор-консультант кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — язык, стилистика, редактирование текстов СМИ.

Нелюбина, Анна Сергеевна. Ассистент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — структура и стилистика текстов на телевидении.

Трухина, Александра Владимировна. Студентка факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — телевизионные тексты.

Чепкина, Элина Владимировна. Доктор филологических наук, заведующая кафедрой русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А. М. Горького. Область научных интересов — стилистика и дискурсивная организация текстов СМИ, российский журналистский дискурс, проблемы толерантности в СМИ.

Содержание

Предисловие редактора	3
1. Теоретические проблемы информационной безопасности текстов СМИ	11
1.1. Информационная безопасность vs информационная открытость	11
1.2. Проблема достоверности информации в журналистском дискурсе	45
1.3. Лингвоправовой аспект информационной безопасности СМИ	88
2. Дискурсивные практики конструирования персонажей	112
2.1. Трансформации образа регионального политика: возможности манипулирования	112
2.2. Конструирование «чужих» в интернет-текстах на религиозные темы	138
3. Воспроизводство социальных стереотипов в текстах СМИ	159
3.1. Практики освещения в СМИ парламентской деятельности	159
3.2. Функционирование социальных стереотипов «богатый» и «бедный» в прессе	184
3.3. Негативный стереотип «неполная семья» в текстах СМИ	198
4. Дискурс массовой коммуникации: безопасность рекламы и телевизионных программ	226
4.1. Непрямая коммуникация в рекламном дискурсе	226
4.2. Интеллектуализация телевизионных программ как фактор информационной безопасности общества	263
Список литературы	297
Сведения об авторах	305

Научное издание

**Чепкина Элина Владимировна, Казаков Юрий Венедиктович,
Майданова Людмила Михайловна и др.**

**ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ СМИ:
ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Монография

Редактор и корректор Р. Н. Кислых
Компьютерная верстка Н. В. Комардиной
Ответственный за выпуск И. С. Малечко

На первой странице обложки — репродукция
картины Гая Джонсона «Дьявольское телевидение»

Подписано в печать 08.04.2009.

Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times.

Уч.-изд. л. 17,3. Усл. печ. л. 17,9. Тираж 130 экз. Заказ 442

Издательство Уральского университета. 620083, Екатеринбург, пр. Ленина, 51.

Отпечатано в ИПЦ «Издательство УрГУ». 620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.

ISBN 978-5-7996-0416-5

